



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Unidad de Educación a Distancia
Carrera de Administración de Empresas

**Plan estratégico para la Empresa Audio y Video Jefferson en la ciudad de
Catamayo Provincia de Loja periodo 2022-2027**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas**

AUTORA:

Jessenia Elizabeth Asadobay Torres

DIRECTOR:

Dr. Luis Alcívar Quizhpe Salinas PhD

Loja - Ecuador 2023

Certificación

Loja 12 de mayo del 2023

Dr. Luis Quizhpe Salinas. P.H.D
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del presente Trabajo de Titulación denominado: **Plan estratégico para la empresa Audio y Video Jefferson en la ciudad de Catamayo Provincia de Loja periodo 2022-2027**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Jessenia Elizabeth Asadobay Torres**, con **cédula de identidad Nro. 1105411688**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



Dr. Luis Quizhpe Salinas. P.h.D
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION

Autoría

Yo, **Jessenia Elizabeth Asadobay Torres**, declaro ser la autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de esta. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.



Firma.

Cedula de identidad: 1105411688

Fecha: Loja, junio 2023

Correo electrónico: Jessenia.asadobay@unl.edu.ec

Teléfono: 0981073227

CARTA de autorización de la tesis por parte de la autora para consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación

Yo, **Jessenia Elizabeth Asadobay Torres**, declaro ser la autora del Trabajo de Titulación : **Plan estratégico para la empresa Audio y Video Jefferson en la ciudad de Catamayo Provincia de Loja (periodo 2022-2027)** como requisito para optar al grado de **Licenciada 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 Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tengan convenio de la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte y dos días del mes de junio de dos mil veinte y tres .



Firma:

Autora: Jessenia Elizabeth Asadobay Torres

Cedula: 1105411688

Dirección: Olmedo- Parroquia la Tingue

Correo electrónico: jessenia.asadobay@unl.edu.ec

Celular: 0981073227

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Titulación: Luis Quizhpe Salinas; P.h.D

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación se lo dedico primeramente a mi Dios ya que, gracias a él, estoy por cumplir una meta más en mi vida, a toda mi familia y amigos y en especial a mis padres, Carlos Asadobay Y Ermita Torres ejemplo de nobleza y humildad, quienes han sido eje fundamental en mi vida, a ellos que me han enseñado el valor de la vida y lo importante que es tener presente que a base de esfuerzo, dedicación y constancia se logra cada objetivo que nos proponamos.

Jessenia Elizabeth Asadobay Torres

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a nuestra Gloriosa Universidad Nacional de Loja y Docentes, por permitirme terminar mis estudios superiores.

Mi eterna gratitud a mis maestros tutores quienes depositaron en mí el conocimiento del saber y en especial al Dr. Luis Quizhpe Salinas, P.h.D director de tesis por compartir sus conocimientos y enseñanzas y me brindó su apoyo incondicional en el desarrollo de mi investigación.

A mis padres que supieron encaminarme en cada etapa de mi vida y lo hicieron de la mejor manera y mi eterno agradecimiento a nuestras familias, amigos, dueño de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” quien fue una pieza fundamental para apoyarme y poder finalizar con este proyecto.

Jessenia Elizabeth Asadobay Torres

Índice De Contenido

| | |
|--|------------|
| Portada | i |
| Certificación | ii |
| Autoría | iii |
| Dedicatoria | v |
| Agradecimiento | vi |
| Índice De Contenido | vii |
| Índice De Tablas | x |
| Índice De Gráficos | xi |
| Índice De Anexos | xii |
| 1. Título | 1 |
| 2. Resumen | 2 |
| 3. Introducción | 4 |
| 4. Marco Teórico | 6 |
| 4.1. Antecedentes de la Empresa | 6 |
| 4.2 Plan | 6 |
| 4.2.1 Tipos de planes: | 6 |
| 4.3 Planeación | 7 |
| 4.3.1 Importancia de la planeación. | 7 |
| 4.3.2 Principios de la Planeación | 8 |
| 4.4 Planeación estratégica | 8 |
| 4.4.1 Finalidad de la Planificación Estratégica | 8 |
| 4.4.2 Plan estratégico: | 9 |
| 4.4.3 Etapas de la Planeación estratégica | 9 |
| 4.4.5 Análisis FODA | 12 |
| 4.4.6 Proceso para ponderación de factores | 13 |
| 4.4.7 Construcción de la matriz EFE | 14 |
| 4.4.8 Proceso Para Combinación De Factores Fo Fa Do Da | 14 |
| 4.4.9 Establecimiento de los objetivos generales | 15 |
| 4.4.10 Proceso de la propuesta plan estratégico | 15 |
| 4.4.11 Formulación de estrategias administrativas, financieras y tecnológicas. | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Metodología | 18 |
| 5.1 Enfoque metodológico | 18 |
| 5.2. Tipo de investigación | 18 |
| 5.3. Método de Investigación | 18 |
| 5.4 Métodos | 18 |
| 5.5 Técnicas de recolección de datos. | 18 |
| 5.6 Población y muestra | 19 |
| 6. Resultados | 20 |
| 6.1 <i>Análisis situacional de la empresa “Audio y video Jefferson”</i> | 20 |
| 6.1.1 Historia de la empresa | 20 |
| 6.1.2 Descripción de la empresa | 20 |
| 6.1.3 Organigrama | 20 |
| 6.1.4 Domicilio | 21 |
| 6.1.5 Micro localización | 22 |
| 6.1.6 Logotipo de la empresa | 22 |
| 6.1.7 Situación Financiera actual | 22 |
| 6.2 <i>Análisis interno de la empresa “Audio y video Jefferson”</i> | 23 |
| 6.2.1 Resultados de la entrevista al gerente de la empresa “Audio y video Jefferson | 23 |
| 6.2.2 Entrevista dirigida a los empleados de la empresa “Audio y video Jefferson” de la ciudad de Catamayo Provincia de Loja. | 24 |
| 6.2.3 Encuesta planteada a los clientes externos | 25 |
| 6.2.4 Matriz Evaluación de Factores Internos (MEFI) | 36 |
| 6.2.5 Interpretación de la matriz de evaluación o análisis de situación interna de la empresa Audio y video Jefferson en la ciudad de Catamayo | 37 |
| 6.3 <i>Análisis externo de la empresa Audio y video Jefferson en la ciudad de Catamayo</i> | 37 |
| 6.3.1 Análisis Pestel | 37 |
| 6.3.2. Análisis externo Macro entorno | 37 |
| 6.3.3 Factor Económico (E). | 37 |
| 6.3.4 Entorno Tecnológico (T). | 39 |
| 6.3.5 Entorno Social (S). | 39 |
| 6.3.6 Entorno Político (P). | 40 |
| 6.3.7 Factor ambiental | 40 |
| 6.3.8 Las 5 Fuerzas de Michael Porter | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 6.3.9 Matriz Evaluación de Factores Externos (MEFE) | 43 |
| 7. <i>Discusión</i> | 48 |
| 8. <i>Conclusiones</i> | 71 |
| 9. <i>Recomendaciones</i> | 72 |
| 10. <i>Bibliografía</i> | 73 |
| 11. <i>Anexos</i> | 74 |

Índice De Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Análisis interno de la empresa | 12 |
| Tabla 2. Análisis externo de la empresa | 12 |
| Tabla 3. Combinación De Factores Fo Fa Do Da..... | 15 |
| Tabla 4. Objetivos estratégicos..... | 16 |

Índice De Gráficos

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 1. Planeación | 7 |
| Gráfico 2: Principios de la planeación | 8 |
| Gráfico 3: Análisis interno de la empresa..... | 13 |
| Gráfico 4:Empresa audio y video JEFFERSON | 20 |
| Gráfico 5:Macro localización | 21 |
| Gráfico 6:Micro localización | 21 |
| Gráfico 7: Logotipo de la empresa | 22 |
| Gráfico 8:Resumen de las 5 fuerzas de PORTER | 42 |
| Gráfico 9: Organigrama proyectado para la empresa Audio Y Video Jefferson | 52 |
| Gráfico 10:Medios de pagos disponibles..... | 63 |
| Gráfico 11:Web-banner | 63 |
| Gráfico 12:Cupones de Descuento..... | 67 |
| Gráfico 13: Llaveros | 67 |
| Gráfico 14:Gorras | 68 |
| Gráfico 15:Camisetas | 68 |

Índice De Anexos

| | |
|--|----|
| Anexo 1. Entrevista al gerente de la empresa | 74 |
| Anexo 2. Encuesta dirigida a los clientes de la empresa | 75 |
| Anexo 3. Entrevista dirigida a los empleados de la empresa..... | 78 |

1. Título

**Plan estratégico para la empresa Audio y Video Jefferson en la ciudad de Catamayo
Provincia de Loja periodo 2022-2027**

2. Resumen

El presente estudio tiene como propósito incrementar la demanda y cobertura de un caso del mercado empresarial para ello, se estableció como objetivo general: Desarrollar un plan estratégico para el periodo 2022-2027 para la empresa "Audio y Video Jefferson", ubicada en Catamayo, Provincia de Loja. El estudio se llevó a cabo con un enfoque de investigación mixta. Los métodos utilizados fueron analítico-sintético, así como inductivo-deductivo, permitiendo descomponer elementos y relacionar sus características para analizar los factores internos y externos para el desarrollo del plan estratégico. Para la recolección de la información se utilizaron técnicas como entrevistas y cuestionarios.

El diagnóstico externo e interno permitió identificar las oportunidades y amenazas, debilidades y oportunidades de acuerdo con los siguientes elementos: Económico, Político, Social, Tecnológico, Legal y ambiental. A través de las cinco fuerzas de PORTER, se efectuó la matriz MEFE para los hallazgos obtenidos, la cual da un valor de 3.05, considerando que el valor de referencia es 2.5. Para el estudio intrínseco de la empresa se efectuó entrevista al gerente de la empresa y a los trabajadores, se aplicó un cuestionario a los clientes y al ponderar los elementos en la matriz MEFI el hallazgo fue de 3.85, lo que significa que las ventajas superan las desventajas.

El coste de la aplicación y el desarrollo de estos objetivos estratégicos son 8,240 dólares y se concluye que la empresa se encuentra bien consolidada teniendo en consideración que las fortalezas superan a las debilidades, de igual manera se evidenciaron buenas oportunidades lo que permite reducir las amenazas.

Palabras clave: Plan Estratégico, mercado empresarial, empresa

2.1. Abstract

The purpose of this study is to increase the demand and coverage of a business market case, the general objective was to develop a strategic plan for the period 2022-2027 for the company "Audio and Video Jefferson", located in Catamayo, Province of Loja. The study was carried out with a mixed research approach. The methods used were analytical-synthetic, statistical as well as inductive-deductive, allowing to break down elements and relate their characteristics to analyze internal and external factors for the development of the strategic plan. In order to gather information, techniques such as interviews and questionnaires were used.

The external and internal diagnosis allowed to identify the opportunities and threats, weaknesses and opportunities according to the following elements: Economic, Political, Social, Technological, Legal and environmental. Through PORTER's five forces, the MEFE matrix was made for the findings obtained, which shows a value of 3.05, considering that the reference value is 2.5. For the intrinsic study of the company, interviews were carried out with both the manager of the company and the workers, a questionnaire was applied to external clients and when weighing the elements in the MEFI matrix, the finding was 3.85, which means that the advantages outweigh the disadvantages.

The cost of the application and the development of these strategic objectives is 8,240 dollars and it is concluded that the company is well consolidated taking into account that the strengths outweigh the weaknesses; likewise, great opportunities were evidenced, which allows reducing threats.

Keywords: Strategic Plan, business market, company

3. Introducción

Las empresas requieren una planificación estratégica para alcanzar las metas y fines planteados a corto, mediano o largo plazo para propiciar el mejor aprovechamiento de los recursos para el desarrollo de estas. En este contexto, se desarrolló un plan estratégico para la empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON", ubicada en la ciudad de Catamayo con la finalidad de demostrar que la planificación estratégica es una herramienta para la expansión de un negocio. Se brindaron alternativas para mejorar las dificultades administrativas, de planificación y financieras.

A través del diagnóstico de la situación actual de la Empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" se pudo conocer su visión, misión y planes de la empresa. Este análisis interno y externo de la organización permitió elaborar una matriz FODA, fundamental para el desarrollo de una estrategia empresarial efectiva y para la toma de decisiones por parte de los gerentes y líderes empresariales y la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) que permite el análisis de la efectividad de las estrategias aplicadas, así como el impacto producido. Con la evaluación de las fortalezas y debilidades más relevantes, se formularon estrategias y mejorar los procesos internos ejecutados, para continuar en el mercado sin contratiempos y responder a los cambios de manera proactiva.

Para el desarrollo de la propuesta del plan estratégico de la Empresa "Audio y Video Jefferson" en la ciudad de Catamayo provincia de Loja periodo 2022-2027 se emplearon los métodos analítico-sintético que permitió la descomposición de cada uno de los elementos y relacionar sus características, y el análisis de la documentación que fundamentó el tema estudiado, esto permitió la extraer los elementos más importantes con que se relacionan, el empleo de este método dio paso a la descripción de los datos recolectados considerando las técnicas de observación directa, entrevistas y aplicando un cuestionario dirigido a los clientes de la Empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON".

El trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera: Título, con la idea general del contenido; Resumen que sintetiza una visión global del tema; Introducción en donde se expresa la importancia del tema y el extracto de su contenido. Marco teórico contiene conceptos y teorías referentes a las variables analizadas. Metodología utilizada para la recopilación de información. Resultados, Discusión contiene la propuesta de un plan estratégico considerando los problemas y necesidades. Conclusiones sobre la situación de la entidad y a la vez emitiendo y proponiendo las respectivas Recomendaciones donde se plantean medidas de acción a tomar por la empresa como parte de la solución al problema investigado. Por último, la Bibliografía constituida por la descripción de libros, folletos, leyes, reglamentos utilizados para la elaboración de la tesis. En los anexos se presenta documentos que sirven como respaldo de la información utilizada en la presente investigación.

En cuanto a la obtención de los resultados esto se lograron mediante la aplicación de herramientas como el análisis PESTEL, la Matriz Evolución de Factores Externos (MEFE) y por último la elaboración de una propuesta de plan Estratégico.

Finalmente, se extraen conclusiones y recomendaciones, a partir del análisis e interpretación de los resultados obtenidos y su comparación con referentes teóricos y conceptuales.

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes de la Empresa

Audio y Video Jefferson, fue fundada en el año 2013 inicia sus actividades con un solo local en la ciudad de Catamayo ubicada en las calles 24 de mayo frente a la bahía 24 de mayo así mismo se encuentra inscrita en el SRI, con Registro Único de Contribuyente RUC: 1105684177001 la empresa realiza las siguientes actividades: la prestación de servicios de internet, venta de suministros de oficina, librería, y todo lo relacionado con copias, empastados y anillados. Innovando continuamente sus servicios para así satisfacer las necesidades de los clientes que hacen uso de ellos.

Actualmente la empresa cumple adecuadamente con todos los requisitos, con afán, empeño, esfuerzo, dedicación. Día a día logran que la empresa se dé a conocer a la colectividad y de esta manera llegue a ser competitivo en el mercado regida por políticas como: la atención y servicio al cliente logrando posicionamiento a nivel local y provincial. En la fundamentación teórica, para facilitar su comprensión, cada teoría que constituye la creación de la planificación fue descrita.

4.2 Plan

Es la forma más alta de planificación. Por lo tanto, es un conjunto de medidas que se utilizan para lograr objetivos estratégicos. Por esta razón, se afirma que un plan representa el nivel más alto de organización y estructuración de una acción, ya que todo se contempla una escala macro. Un plan debe dividirse en programas, que están compuestos por partes más pequeñas llamadas proyectos, para que pueda llevarse a cabo en la realidad (Navicelli, 2022).

4.2.1 Tipos de planes:

La autora Navicelli (2022) los define de la siguiente manera:

4.2.2.2 Plan operativo.

El plan operativo es aquel que pretende determinar con anticipación el rol concreto de cada uno de los sujetos que forman parte del proceso, tanto de planeación como de ejecución del plan.

4.2.2.3 Plan táctico.

El plan táctico es el que se afirma en el plan estratégico y está más relacionado con el espacio organizacional. Trabaja en los temas relacionados con los departamentos que conforman una organización. Se enfoca en los recursos y en hacer un uso racional y óptimo de los mismos.

4.2.2.4 Plan estratégico.

El plan estratégico es uno de los planes cuyo objetivo está planteado a largo plazo y establece los parámetros de orientación y limitación de la planificación. En este tipo de plan quedan claros los propósitos y las formas en que se van a gestionar los recursos.

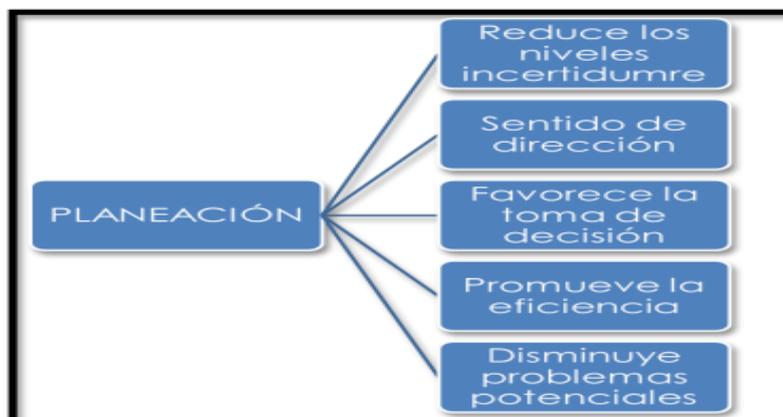
4.3 Planeación

Planear es la acción de desarrollar una estrategia que permita lograr una meta establecida, para ello se necesitan varios fundamentos, primeramente, se tiene que entender y evaluar algo o circunstancia en particular, luego se pasa a definir la meta que se quiere lograr, en un camino, planeando algo define un lugar o momento donde está algo o alguien, establece dónde quiere estar y da instrucciones gradualmente sobre lo cual se puede realizar a fin de lograrlo. En el ámbito de la estructura y los negocios, la planificación, planeamiento o planeamiento es una de la fase inicial del desarrollo administrativo de gestión en la que se establecen las peculiaridades básicas de la estructura (comúnmente la misión y los objetivos). Es decir, esta es la etapa donde se establece el plan básico a seguir con la organización. La planificación es una fase primordial a la hora de decidir que deja marcar el sendero idóneo para conseguir las metas institucionales. Considerando las circunstancias internas y externas capaces de inferir en el cumplimiento de las metas propuestas, fundamentos de las circunstancias actuales y los valores que regirán la organización durante las tareas productivas.

4.3.1 Importancia de la planeación.

La falta de planificación es un problema recurrente en varias de las pequeñas empresas, por cuanto que muchas de ellas se gestionan empíricamente y resuelven los problemas a medida que se presentan, pero este estilo de gestión limita mucho las posibilidades de la empresa y dificulta el crecimiento y su acompañamiento (Shuliana, 2022).

Gráfico 1. Planeación

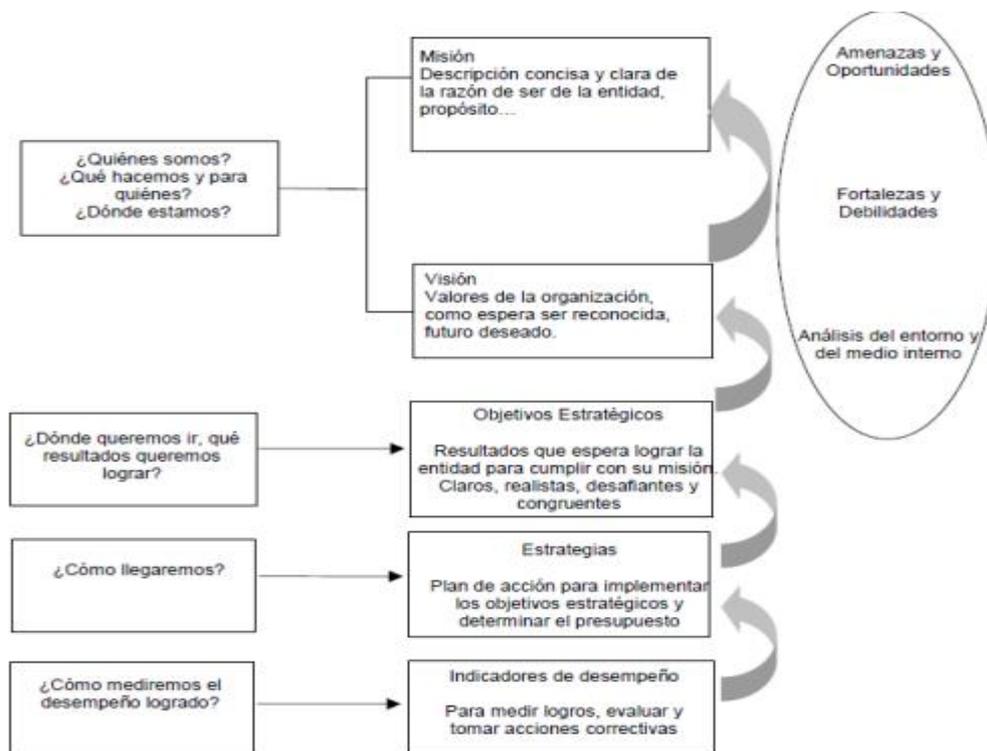


Fuente: (Shuliana, 2022)

4.3.2 Principios de la Planeación

Los principios de planificación son fundamentales para gestionar con éxito una empresa u organización. Cada elemento vale como guía para que los gerentes agilicen el procedimiento de gestión (Shuliana, 2022).

Gráfico 2: Principios de la planeación



Fuente: (Shuliana, 2022)

4.4 Planeación estratégica

El autor John Ivancevich (1998) lo define como: "La identificación de las metas o líneas de base deseadas y diseñar procesos para lograr esas metas o medios. ¿Cómo queremos que sea el futuro? ¿Qué queremos hacer para asegurar que se logre el futuro que queremos?" (Roldán, 2017) Se manifiesta de la siguiente forma: "La planificación estratégica es el procedimiento de fijar las metas en un periodo extenso de un negocio y establecer los sistemas de toma de decisiones y de supervisión requerida para alcanzar dichos objetivos con la finalidad de adecuar a la empresa a un ambiente de creciente frecuencia de cambios.

4.4.1 Finalidad de la Planificación Estratégica

Determina la dirección de la empresa y alinea a los empleados individuales que componen la empresa. Cuando la empresa y/o el líder de la empresa comparten su visión con sus empleados, la organización define el rumbo correcto para alcanzar la meta.

Además, obliga a los ejecutivos a mirar el plan desde una perspectiva general, identificando objetivos centrales y acercando las acciones diarias de los empleados a los objetivos establecidos.

4.4.2 Plan estratégico:

El plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro. (Sánchez Galán, 2016)

Un plan estratégico debe incluir:

- La misión de la empresa.
- Visión estratégica que defina los objetivos a alcanzar y el modo de conseguirlos.
- Análisis del presente de la empresa y su entorno o escenario.
- Plan de acción u operativo con el que llevar a cabo las estrategias que se hayan definido.

4.4.3 Etapas de la Planeación estratégica

La Planeación estratégica consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación de estrategias. La formulación de estrategias implica desarrollar una visión y misión, identificar las oportunidades y amenazas externas a la empresa, determinar las fortalezas y debilidades internas, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias particulares que se han de seguir. (David, F., 2013, p.5)

A continuación, las Fases de la planificación estratégica de acuerdo con el autor Sánchez (2022):

4.4.3.1 Análisis estratégico:

Se refiere a análisis tanto del entorno de la empresa (análisis estratégico externo) como de la propia empresa (análisis estratégico interno). Este proceso de análisis ayuda a obtener la información necesaria para poder tomar las mejores decisiones. Se analiza todo lo posible y con el máximo rigor, a través de herramientas que ayudarán en el mismo.

4.4.3.2 Formulación estratégica:

En base al análisis previamente realizado se decide, en esta fase, cómo la empresa va a alcanzar sus objetivos, es decir, se formulan las estrategias más adecuadas a llevar a cabo para alcanzarlos.

4.4.3.3 Implantación de la estrategia:

Una vez formulada la estrategia, llega el momento de su ejecución o puesta en marcha.

En esta fase se debe tener en cuenta aspectos como la estructura organizativa, recursos humanos disponibles, cultura empresarial, o cualquier otro aspecto que pueda influir en la correcta implantación de la estrategia previamente formulada.

4.4.3.4 Retroalimentación de la aplicación de la estrategia:

En esta fase se mide y se hace seguimiento. Se ven los resultados y si éstos son los adecuados y deseados en base al plan estratégico previsto. Es importante retroalimentarse, detectar desviaciones y establecer la forma de abordarlas y corregirlas.

En la primera fase se realiza el análisis del entorno, en algunas oportunidades, a través de herramientas como la matriz DOFA con la que se hace una identificación precisa de las debilidades que posee la organización, las oportunidades que tiene, las fortalezas que puede aprovechar y las amenazas a las que se enfrentará.

Las oportunidades y amenazas externas se refieren a las tendencias y acontecimientos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que podrían beneficiar o perjudicar de modo significativo a una organización en el futuro. Las oportunidades y amenazas están fuera del control de una sola empresa, de ahí el uso de la palabra externas. (David, F., 2013, p.11)

Las fortalezas y debilidades internas son las actividades que una organización puede controlar y cuyo desempeño es muy bueno o malo. Una de las tareas de la planeación estratégica es Identificar y evaluar las fortalezas y debilidades organizacionales en las áreas funcionales de una empresa

4.4.4 Pasos para realizar una planeación estratégica según: Fred R. David:

4.4.4.1 Declaración de la visión

La visión, expresión de para dónde se conduce una empresa o qué pretende ser a largo plazo. La visión da respuesta a la interrogante: "¿Qué aspiramos ser?".

4.4.4.2 Declaración de la misión y establecimiento de valores

Expresión permanente de los objetivos, el fin o el propósito de ser de una empresa. Contesta a la interrogante: "¿Cuál es nuestra razón de ser?" Los valores, en otro orden de ideas, son propiedades efectivas que tienen una empresa, según la grandeza, el progreso de la comuna, el progreso de los trabajadores, etc. A su vez la misión como el interés que dan autenticidad a una organización

4.4.4.3 Análisis interno de la empresa

Comprende el análisis de diversas circunstancias o fundamentos que pueden encontrarse en el interior de una empresa para comprender su estado o alcances y encontrar sus fortalezas y debilidades. Para el estudio intrínseco, evaluar las herramientas

que tienen la empresa, ya sean económicos, físico, material, técnico, entre otros (Quinto & Barrera, 2018).

Tabla 1.

Análisis interno de la empresa

| Factores | Ponderación | Calificación | Total pond. |
|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|
| Fortalezas | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| Debilidades | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| Total | | | |

Fuente: (Quinto & Barrera, 2018)

4.4.4.4 Análisis externo de la empresa

Implica conseguir y evaluar los sucesos e inclinaciones que ocurren en el entorno de una empresa para comprender el estado del entorno e identificar oportunidades y amenazas. Para el estudio extrínseco, evalúa las fuerzas financieras, sociales, gubernamentales y tecnológicas, y los competidores, clientela y distribuidores de la empresa. Evaluar lo que ya existe y lo que podría existir (tendencias) (Quinto & Barrera, 2018).

Tabla 2.

Análisis externo de la empresa

| Factores | Ponderación | Calificación | Total / Pond. |
|----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|
| Oportunidades | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |
| Amenazas | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |
| Total | | | |

Fuente: (Quinto & Barrera, 2018)

4.4.5 Análisis FODA

Es una técnica esencial que puede proporcionar los datos requeridos para el transcurso de planificación estratégica, para implementar acciones y medidas correctivas y generar proyectos innovadores o mejorados (Shuliana, 2022).

4.4.5.1 Matriz FODA

Nace como resultado de la implementación del análisis FODA en el ámbito de las matrices. A través de ellos se procuran diversas composiciones entre elementos intrínsecos, es decir, técnicas que pueden ocasionar fortalezas u ofrecer debilidades, y factores extrínsecos que revelan amenazas y oportunidades. Es un modelo de análisis - fortalezas - oportunidades - debilidades – amenazas (Shuliana, 2022).

Fortalezas: Son virtudes que actúan como caracterizadores, una ventaja frente a la competencia.

Oportunidades: Son aquellos elementos efectivos, beneficiosos y aprovechables. Te dan una ventaja competitiva.

Debilidades: Son aquellos factores que conducen a una desventaja o inferioridad competitiva, falta de recursos, falta de habilidades, no estar activo en actividades, entre otros.

Amenazas: Son aquellas circunstancias que se originan del ambiente y que incluso pueden amenazar la estancia de la organización

Gráfico 3: Análisis interno de la empresa.



Fuente: (Shuliana, 2022)

4.4.6 Proceso para ponderación de factores

Se utilizan para realizar análisis cuantitativos o cualitativos, donde se comparan diferentes alternativas entre sí. El método permite a los investigadores sopesar los factores de preferencia al tomar una decisión. Se recomienda implementar el siguiente método para clasificar los elementos cualitativos. En relación con la ubicación de la instalación, este modelo facilita la identificación de costos que son difíciles de evaluar y están asociados con la ubicación de la instalación (Quinto & Barrera, 2018).

4.4.7 Construcción de la matriz EFE

Es una técnica de valoración que deja hacer investigaciones de campo, a través de la identificación y evaluación de diversos elementos extrínsecos que pueden influir el desarrollo y crecimiento de una marca, dentro de la técnica ayuda a formular diferentes estrategias, con la capacidad de explotar ocasión y disminuir los riesgos extrínsecos.

La estrategia no se crea por casualidad, ya que se estudia, evalúa y formula utilizando el entorno que consiste en factores demográficos, socioculturales, político/legal, tecnológicos, económicos, ambientales, globales y competitivos.

Al comenzar a elaborar la matriz MEFE, es conveniente aumentar el horizonte como estrategias, ampliar la susceptibilidad y percepción al ambiente extrínseco, porque se puede aprovechar o no las oportunidades de acuerdo con la percepción de cada miembro, considerando que los factores a evaluar son personal y muy similares a la matriz MEFI o EFI, se deben considerar otras herramientas analíticas, como la matriz DAFO o FODA o las 5 fuerzas de Porter.

4.4.8 Proceso Para Combinación De Factores Fo Fa Do Da

Estrategias FO para atacar:

Utilizan las fuerzas intrínsecas de la empresa para explotar los beneficios de las oportunidades extrínsecas.

Estrategias FA:

Estrategias para defender: Explotan las fuerzas de la empresa para eliminar o desaparecer las trascendencias de las amenazas extrínsecas

Estrategias DO:

Estrategias para movilizar: Intentan sobrepasar las debilidades Intrínsecas empleando las oportunidades extrínsecas.

Estrategias DA:

Estrategias para acentuar son habilidades de defensa que intentan eliminar las debilidades intrínsecas y evadir las amenazas del ambiente.

Tabla 3.

Combinación De Factores Fo Fa Do Da

| | Fortalezas | Debilidades |
|---------------|---|---|
| Oportunidades | Estrategia FO Utilizar las fuerzas para a provechar las oportunidades | Estrategia DO Aprovechar las Oportunidades para Superar las debilidades |
| Amenazas | Estrategia FA Utilizar las fuerzas Para evitar las amenazas | Estrategia DA Reducir debilidades Y evitar amenazas |

Fuente: (Quinto & Barrera, 2018)

4.4.9 Establecimiento de los objetivos generales

Se trata de las metas que conceptualizan el progreso de la empresa, y estas metas son siempre a tiempos lejanos. Una vez analizada la empresa externa e internamente, procedemos a formular objetivos que nos permitan cumplir nuestra misión, explotar las ocasiones extrínsecas y las fortalezas intrínsecas, y sobrepasar las amenazas extrínsecas y las debilidades intrínsecas. Estos se desarrollan tomando en consideración las técnicas o alcance de la empresa, así como el estado del entorno.

4.4.10 Proceso de la propuesta plan estratégico

- ✓ **Objetivos estratégicos:** Son propósitos y metas formuladas a nivel estratégico y que una estructura procura conseguir en un lapso establecido. En otras palabras, que el propósito determina lo que es verdaderamente imperativo en la estrategia de la organización.
- ✓ **Metas:** Son declaraciones de resultados que describen los alcances, efectos o resultados esperados de implementar más de una estrategia durante un período de tiempo relativamente largo (generalmente más de un año). Expresan cuál es el resultado deseado y cuándo se logrará.
- ✓ **Actividades:** Establecer objetivos (es decir, subobjetivos) Acordar la filosofía de la empresa (creencias, valores, actitudes) Definir políticas internas. Planifique la hoja de ruta de acuerdo con la estructura organizativa para que el equipo se alinee en la misma dirección.
- ✓ **Tácticas:** Contiene un resumen escrito de las acciones específicas que tomará para abordar una problemática o conseguir un objetivo. Puede enumerar tareas que usted mismo completará y labores que se le darán a los empleados.

- ✓ **Estrategias:** Una estrategia explica cómo el programa logrará sus objetivos. Las organizaciones a menudo tienen una variedad de estrategias que incluyen personas de diferentes partes o sectores de la comunidad. Estas políticas van desde políticas amplias que involucran a personas y recursos en muchas partes diferentes de la comunidad hasta políticas muy específicas que ocurren a un nivel más pequeño.
- ✓ **Responsable:** Supervisa que se respete su visión y organiza cómo se desarrollan los programas. Para facilitar el trabajo, proponer metas y tareas acordes para alcanzarlos.
- ✓ **Plazo:** Reflejan la estrategia que seguirá su empresa a medio plazo. Por esta razón, los planes estratégicos suelen desarrollarse para un período que fluctúa entre 1 y 5 años.
- ✓ **Presupuesto:** Es un plan integral y organizado, orientado en condiciones económicas, de las operaciones y patrimonios de una empresa durante un plazo establecido para alcanzar el fin establecido por la gestión (Shuliana, 2022)

Tabla 4.

Objetivos estratégicos

| Objetivos Estratégicos | Metas | Actividades | Tácticas | Estrategias | Responsable | Plazo | Presupuesto |
|------------------------|-------|-------------|----------|-------------|-------------|-------|-------------|
|------------------------|-------|-------------|----------|-------------|-------------|-------|-------------|

Fuente: (Shuliana, 2022)

4.4.11 Formulación de estrategias administrativas, financieras y tecnológicas.

Las estrategias son las medidas competitivas seleccionadas por el equipo de administradores de una organización a través de un plan de acción para mejorar el desempeño, el crecimiento del negocio y la competitividad frente a otras organizaciones que se dediquen al mismo ramo comercial.

Estrategias administrativas

Son aquellas estrategias relacionadas con la estructura administrativa de la organización que incide directamente con los objetivos de esta. Es el proceso administrativo que le da respuesta al diseño organizacional, el cual define como se funcionará la organización y como se aplicarán y distribuirán sus recursos.

Determina el cuerpo organizacional representando las partes que la componen o tareas funcionales, también establece el proceso de toma de decisiones a través de la distribución del poder o jerarquía y como mecanismo de coordinación entre las diferentes partes de la organización, conciba cada cargo y persona como parte de una cadena de valor.

Estrategias financieras

Tienen por finalidad responder porque existe la disponibilidad de los recursos necesarios para el óptimo funcionamiento de la organización es una forma de mantener el equilibrio entre la necesidad de fluidez de la organización con sus objetivos de riesgo y rentabilidad.

Estas estrategias, se relacionan directamente con la obtención de los recursos obtenidos a través de las actividades económicas de la organización. Necesita ser planificada, presupuestada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido esperado. La selección de las estrategias financieras debe estar ligadas a la estrategia corporativa. Se mide a través de la contribución al objetivo de la organización en términos de dinero.

Estrategias tecnológicas:

Las organizaciones deben utilizar alguna tecnología para ejecutar sus operaciones y cumplir sus tareas, dependen de una clase de tecnología o un conjunto de tecnologías para funcionar y conseguir sus objetivos. Forma parte del sistema interno de la organización a la que está incorporada.

Al respecto, Chiavenato (2001) indica: La tecnología abarca todos los conocimientos técnicos, patentados o no, fórmulas, manuales, planos, proyectos, marcas, métodos de dirección y administración, procedimientos técnicos, métodos y procesos de operación, conocimientos técnicos requeridos para montar y operar instalaciones productivas, e incluso el conocimiento necesario para seleccionar y escoger tecnologías variadas y realizar estudios de análisis económico, financiero, mercadológico, etc. La tecnología incluye aspectos físicos y concretos (hardware), como máquinas, instalaciones, equipos, circuitos, etc., así como aspectos conceptuales y abstractos (software), como política, directrices, procesos, procedimientos, normas y reglamentos, rutinas, planes, programas y métodos de trabajo”

Las estrategias tecnológicas se refieren a todas aquellas acciones planificadas con el fin de lograr los objetivos planteados por la organización en el nivel institucional, haciendo el mejor uso de las herramientas tecnológicas más adecuadas y eficientes.

5. Metodología

5.1 Enfoque metodológico

Este estudio se basó en la investigación mixta, definida por (Hernández, Fernández, & Baptista et al., 2014) como una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos” (p.3). Los objetivos se enmarcan en la categoría de diseños no experimentales, al respecto se define como “investigación que se realiza sin manipulación deliberada de variables, donde los fenómenos simplemente se observan en escenarios naturales para su análisis” (Hernández, Fernández, & Baptista et al., 2014, p. 152).

5.2. Tipo de investigación

La investigación es de carácter descriptiva realizada en función de objetivos, se analizó e

Investigo información específica para describir la situación actual de la empresa a través de un diagnóstico externo e interno, y en base a esta información permitió diseñar el plan estratégico

5.3. Método de Investigación

Para el proceso investigativo se utilizó el método de recopilación de información, organización, presentación y análisis de la información e interpretación, relacionado con la estructura de un plan estratégico.

5.4 Métodos

La investigación se desarrolló mediante la utilización de los siguientes métodos

Método Inductivo-Deductivo

Este método se utilizó para analizar e interpretar los resultados del trabajo de campo, así como para analizar todos los factores sociales, económicos, tecnológicos y ambientales.

Método Analítico

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos; que permitió realizar un análisis de los factores tanto internos como externos de la empresa, para de esta manera establecer una propuesta para el mejoramiento de funcionamiento y productividad de la empresa

Método Estadístico

Se utilizó para cuantificar la información de la tabulación e interpretación de datos mediante gráficos estadísticos en donde se aplicó las encuestas en forma general a los clientes internos y externos de la empresa.

5.5 Técnicas de recolección de datos.

Las Técnicas de recolección de datos que se aplicaron a lo largo del estudio fueron:

La observación directa:

Se recopiló información sobre aspectos físicos, administrativos y situaciones de la empresa investigada.

La entrevista:

A través del diálogo con el Gerente y los empleados de la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON de la ciudad de Catamayo, se recabó información necesaria para el desarrollo de la investigación.

La encuesta:

Se aplicó la encuesta a los clientes reales que tiene la empresa audio y video Jefferson para saber su criterio en la cual expresaron su punto de vista acerca del ámbito interno, la cual busca recoger y analizar dicha información para tener una visión más amplia de cómo está la empresa Audio y Video Jefferson de la ciudad de Catamayo Provincia de Loja, primeramente, se determinó un tamaño de la muestra.

5.6 Población y muestra

Para la realización del estudio es fundamental conocer el tamaño de la muestra que se tomará en consideración. Para obtener la muestra de estudio de tomo en consideración a 498 clientes.

Formula de la Muestra

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Población

e² =5% margen de error (0.05)

1= constante

$$n = \frac{498}{1 + (0.05)^2 498}$$

$$n = \frac{498}{1 + 1.24}$$

$$n = \frac{498}{2,24}$$

$$n = 222$$

Con la implementación de la fórmula se estableció, y se realizó 222 encuestas a los clientes externos una entrevista al gerente de la empresa y a los dos empleados

6. Resultados

6.1 Análisis situacional de la empresa "Audio y video Jefferson"

Gráfico 4: Empresa audio y video JEFFERSON



Fuente: Autora

6.1.1 Historia de la empresa

Audio y Video Jefferson, fue fundada en el año 2013 inicia sus actividades con un solo local en la ciudad de Catamayo ubicada en las calles 24 de mayo frente a la bahía 24 de mayo así mismo se encuentra inscrita en el SRI, con Registro Único de Contribuyente RUC: 1105684177001 la empresa realiza las siguientes actividades: la prestación de servicios de internet, venta de suministros de oficina, librería, y todo lo relacionado con copias, empastados y anillados. Innovando continuamente sus servicios para así satisfacer las necesidades de los clientes que hacen uso de ellos.

Actualmente la empresa cumple adecuadamente con todos los requisitos, con afán, empeño, esfuerzo, dedicación. Día a día logran que la empresa se dé a conocer a la colectividad y de esta manera llegue a ser competitivo en el mercado regida por políticas como: la atención y servicio al cliente logrando posicionamiento a nivel local y provincial.

6.1.2 Descripción de la empresa

AUDIO Y VIDEO JEFFERSON es una empresa cuyo principal objetivo prestación de servicios de internet, venta de suministros de oficina, librería , y todo lo que tiene que ver con copias empastados y anillados. innovando continuamente sus servicios para así satisfacer las necesidades de los clientes que hacen uso de ellos.

6.1.3 Organigrama

No cuenta con un organigrama estructurado.

6.1.4 Domicilio

Tiene su domicilio principal Calle 24 de mayo. Frente a la Bahía 24 de mayo. Catamayo. Provincia Loja.

Gráfico 5: Macro localización

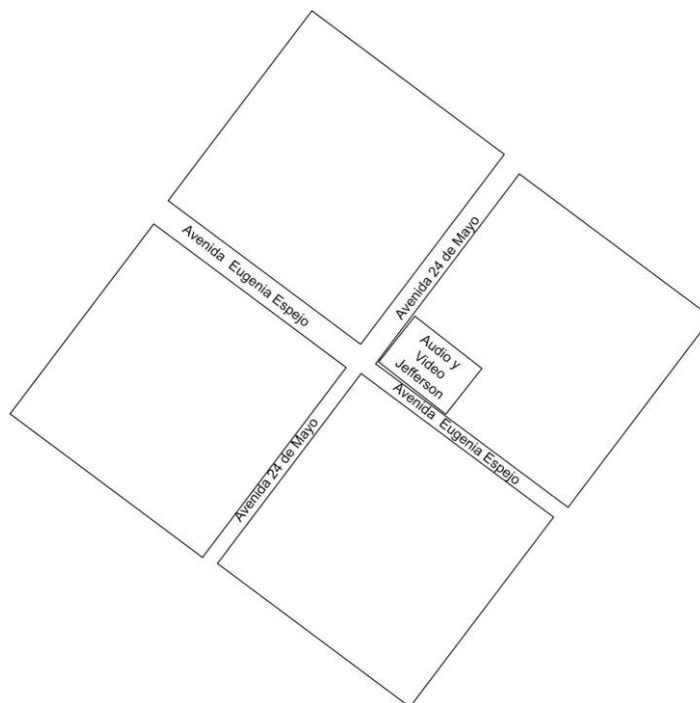


Vista panorámica de la ciudad de CATAMAYO Fuente: municipio de Catamayo

Provincia: Loja

Cantón: Catamayo

Gráfico 6: Micro localización



Fuente: Autora (2023)

6.1.5 Micro localización

Dirección: Calle 24 de mayo. Frente a la Bahía 24 de mayo.

6.1.6 Logotipo de la empresa

La empresa OLA AUTO, posee su logotipo, diseñado:

Gráfico 7: Logotipo de la empresa



Fuente: Autora

6.1.7 Situación Financiera actual

A través de la información brindada por el Sr: Gerente, se pudo determinar que la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON pertenece a dos accionistas:

- Jefferson Ojeda
- Ludy Jiménez

6.2 Análisis interno de la empresa “Audio y video Jefferson”

6.2.1 Resultados de la entrevista al gerente de la empresa “Audio y video Jefferson

Pregunta No. 1. ¿En qué año inicio su empresa?

En el año 2013

Pregunta No. 2. ¿La Empresa dispone de una misión y visión definidas?

No por ahora no se ha planteado una misión y visión que precise la labor de la empresa.

Pregunta No. 4. ¿Cuenta su Empresa con un Plan Estratégico

Actualmente no

Pregunta No. 5. ¿La empresa dispone con un organigrama o manual de funciones?

Actualmente no

Pregunta No. 6. ¿Realiza actividades promocionales en su empresa? ¿Cuáles son?

No realiza la empresa actividades promocionales.

Pregunta No. 7. ¿Qué fortalezas usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Excelente ubicación geográfica en una de las zonas más céntricas, local propio.

Pregunta No. 8. ¿Qué debilidades usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

La publicidad y los espacios dentro de la empresa.

Pregunta No. 9. ¿Qué oportunidades usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

De acuerdo con la contabilidad se tiene la oportunidad de seguir creciendo y brindar un mejor servicio y productos.

También hay colegios cerca y muchos jóvenes utilizan los servicios que se ofrecen, además de persona que trabajan en forma remota, cuando les falla el internet en sus hogares.

Pregunta No. 10. ¿Qué amenazas usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

La inseguridad en la ciudad. También hay otros negocios cercanos dedicados al mismo negocio.

Pregunta No. 11. ¿La empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” cuenta con una página web?

Actualmente no.

Pregunta No. 12 ¿La empresa dispone de equipos adecuados para realizar las tareas?

Si dispone de equipos adecuados

Pregunta No. 13. ¿Qué tiempo de uso tienen los equipos de computación?

Unos tienen 3 años y otros un poco más

Pregunta No. 14 ¿La empresa cuenta con un departamento de mantenimiento?

Si dispone de un departamento de mantenimiento

Pregunta No.15 ¿su empresa que tipo de equipos tiene para dar un servicio?

Computadoras impresoras

Pregunta No.16 ¿Tiene reglamento aprobado?

No cuenta con reglamento aprobado

Pregunta No.17 ¿Cuándo requiere usted la contratación de personal tiene un proceso establecido?

No cuenta con un proceso establecido

6.2.1.1. Análisis de la entrevista al gerente

De la entrevista aplicada al gerente se puede determinar que AUDIO Y VIDEO JEFFERSON es una empresa ya constituida, ya que viene brindando sus servicios desde el 2013, pero no cuenta con una misión y visión establecida.

El personal que labora trata de brindar una buena atención a los clientes, da a conocer sus productos a través de diferentes medios, existe competencia de promedio, pero siempre trata de mejorar y ser mejor que sus competidores, los productos que maneja son de buena calidad. Con ello, las fortalezas, debilidades, las amenazas y las oportunidades se distribuyen casi por igual, por lo que es fundamental aplicar un plan estratégico para reforzar su posición en el mercado local en la ciudad de Catamayo Provincia de Loja

6.2.2 Entrevista dirigida a los empleados de la empresa “Audio y video Jefferson” de la ciudad de Catamayo Provincia de Loja.

Pregunta No. 1. ¿Qué grado de instrucción usted tiene?

Educación Superior

Pregunta No. 2. ¿Qué tiempo de trabajo tiene en la empresa?

Los empleados tienen trabajando en la empresa de 5 años.

Pregunta No. 3. ¿Conoce usted la misión y la visión de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSSON”?

Ninguno de los 2 empleados conoce la misión y visión en la empresa.

Pregunta No. 4 ¿Conoce cuáles son los objetivos y políticas de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSSON”?

Los empleados encuestados manifiestan que desconocen cuáles son los objetivos y políticas de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSSON.

Pregunta No. 5 ¿La empresa cuenta con un plan de capacitación o inducción? Ambos empleados indicaron que no ha recibido ninguna clase de capacitaciones por parte de la empresa.

Pregunta No. 6 ¿Desea ser capacitado?

Los empleados informaron que desean ser capacitados.

Pregunta No. 7 ¿considera que la relación con su compañero de trabajo es buena?

Los empleados indicaron que su relación es muy buena y armoniosa.

Pregunta No. 8. ¿El sueldo que usted percibe por las labores que realiza dentro de la empresa satisface sus necesidades?

Los empleados consideran que su sueldo recibido les permite cubrir sus necesidades

Pregunta No. 9. ¿Ofrece algún tipo de incentivo a los clientes?

Los empleados indicaron que no.

Pregunta No. 10. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones y procedimientos?

NO

6.2.3.1 Análisis e interpretación

De los empleados entrevistados se pudo constatar que ambos cuentan con una formación profesional de grado superior. Son profesionales que entienden del negocio siendo una fortaleza para la empresa contar con un equipo con experiencia. Los empleados han trabajado en la empresa durante años, se pudo evidenciar que los empleados han estado en la empresa desde sus inicios. Es necesario que los empleados conozcan la misión y visión de las empresas para las que trabajan y conocer el propósito de esta, lo que deriva en que los empleados que prestan servicios en la empresa trabajan sin saber lo que busca la misma, lo que significa una debilidad porque no tienen un rumbo claro de trabajo.

6.2.3 Encuesta planteada a los clientes externos

Objetivo: Obtener información para la implementación de una “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA AUDIO Y VIDEO JEFFERSON DE LA CIUDAD DE CATAMA YO PARA EL PERIODO 2022 - 2027”.

Pregunta No. 1. ¿Cómo considera usted la atención al cliente que ofrece la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON?

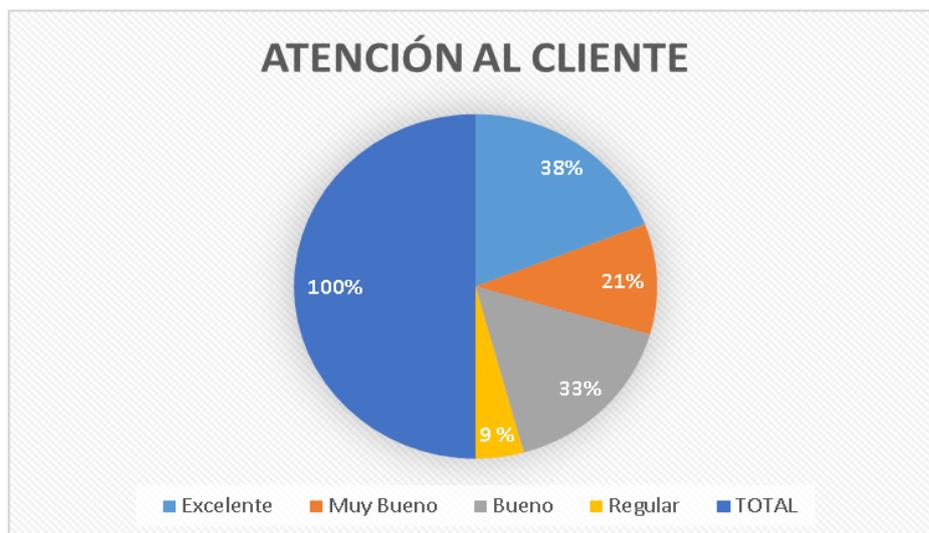
Tabla 5.

Pregunta No. 1

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 85 | 38% |
| Muy Bueno | 46 | 21% |
| Bueno | 72 | 33% |
| Regular | 19 | 9% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 38% de los clientes encuestados, manifestaron que la atención al cliente que reciben por parte de la empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" es excelentes, el 21% consideran muy bueno, el 33 % que es bueno, y el 9 % restante manifiestan que la intención que recibe por parte de la empresa es regular, de lo que se puede deducir que la mayoría de los clientes consideran que la empresa Audio y video Jefferson les brinda una excelente atención.

Pregunta No. 2. ¿Cómo considera usted el cumplimiento de trabajos que realiza la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON?

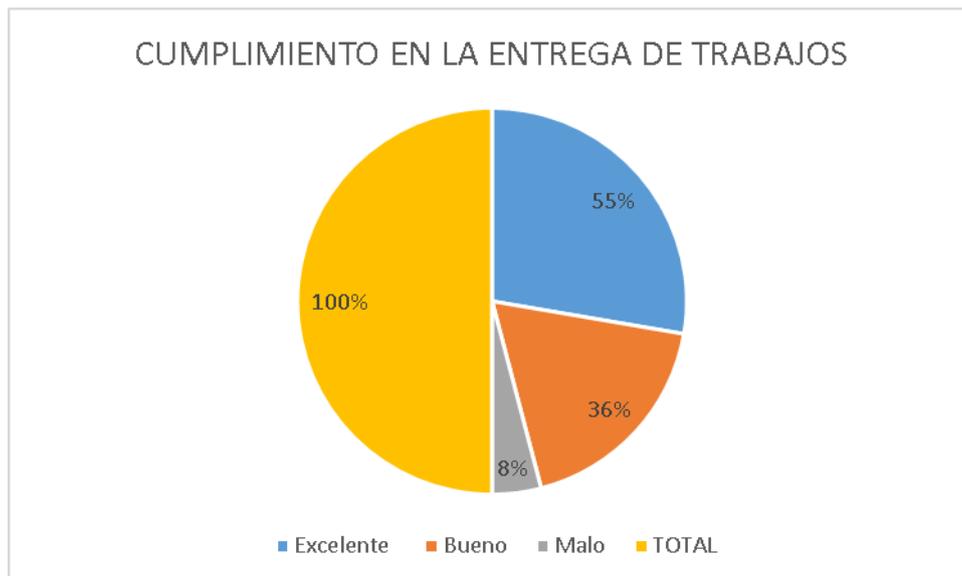
Tabla 6.

Pregunta No. 2

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 123 | 55% |
| Bueno | 81 | 36% |
| Malo | 17 | 8% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 55% de los clientes manifestaron que la empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" que los trabajos realizados son excelentes, el 36% de los clientes muy bueno y el 8% manifiesta que es malo.

El cumplimiento y entrega de trabajos en la Empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" son valores primordiales dentro de la empresa siempre comprometida en prestar la mejor atención y servicios.

Pregunta No. 3. ¿Ha tenido algún problema con el servicio que ofrece la empresa?

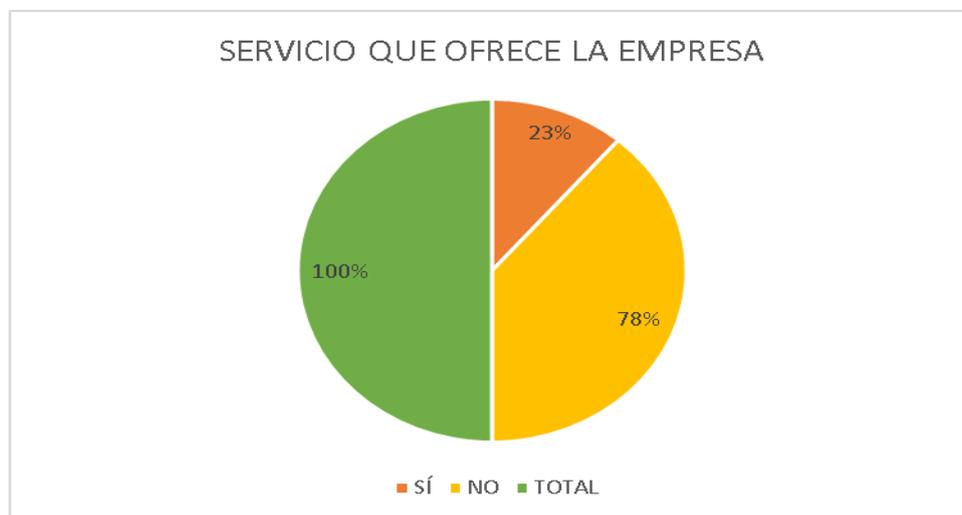
Tabla 7.

Pregunta No. 3

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SÍ | 50 | 23% |
| NO | 172 | 78% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 23% de los clientes encuestados manifestó tener problema con los servicios y productos brindados por la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”, y el 78% de los clientes consideró que no tiene ningún tipo de problema con los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

La empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” está enfocada en garantizar la satisfacción del cliente en pro de prestar servicios de calidad de productos en óptimas condiciones.

Pregunta No. 4. ¿Qué tipos de beneficios le gustaría recibir por parte la empresa?

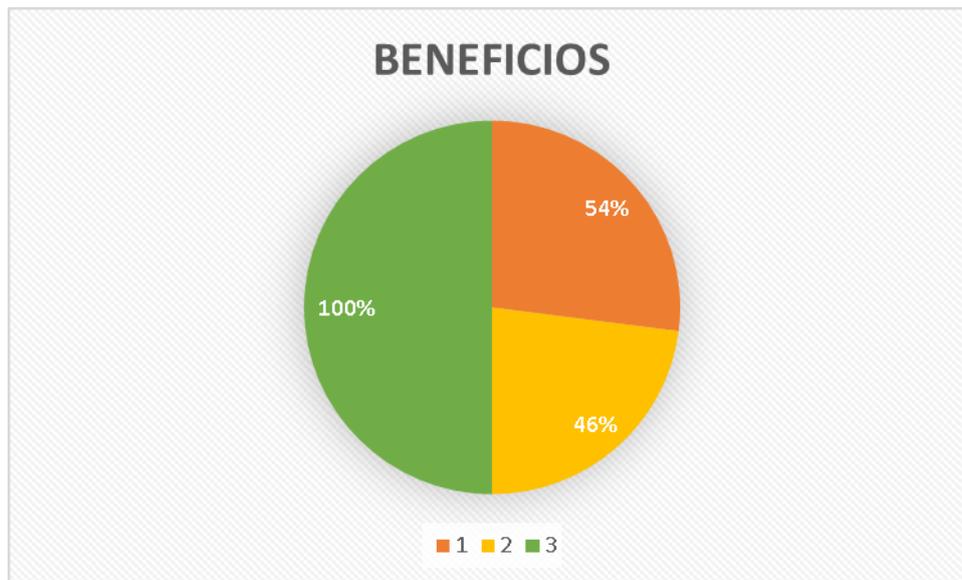
Tabla 8.

Pregunta No. 4

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Promociones | 120 | 54% |
| Descuentos | 102 | 46% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados, el 44 % califico la atención al cliente como muy buena, el 34 % de los clientes califico de excelente y el 22% de clientes califico la atención como buena atención al cliente.

Pregunta No. 5. ¿De acuerdo con su criterio la ubicación de la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON es?

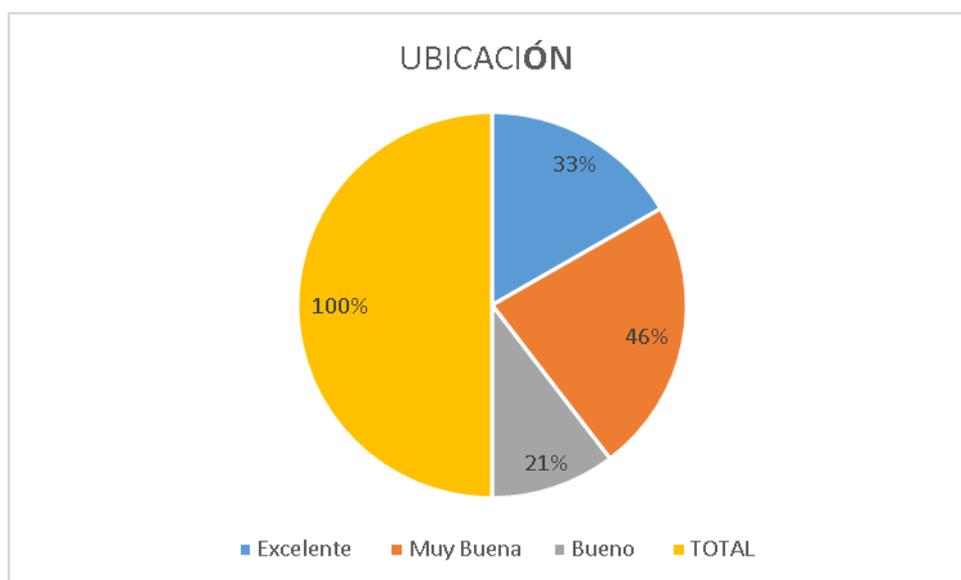
Tabla 9.

Pregunta No. 5

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 74 | 33% |
| Muy Buena | 102 | 46% |
| Bueno | 46 | 21% |
| TOTAL | 221 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 33 % de los clientes encuestados, indicaron que la empresa está ubicada en una dirección excelente, el 46 % indicaron que es buena la ubicación, y el 21% consideraron que es mala de lo que se puede deducir que la mayoría de los clientes manifiestan que la ubicación de la empresa es excelente para ofrecer los servicios.

Pregunta No. 6. ¿Cree usted que los precios establecidos de los servicios o productos, por la empresa, ¿son accesibles?

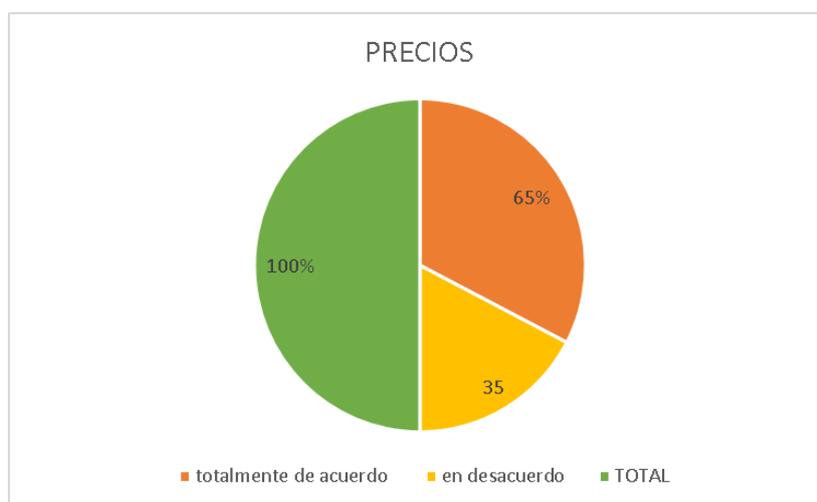
Tabla 10.

Pregunta No. 6

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|-----------------------|------------|-------------|
| Totalmente de acuerdo | 145 | 65% |
| En desacuerdo | 77 | 35% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay.



Análisis e interpretación

El 65% están totalmente de acuerdo con los precios que maneja la empresa con respecto a los productos y servicios que ofrece. Y el 35% manifiesta que está en desacuerdo. De lo que se puede deducir que empresa audio y video con respecto a los precios que tienen en cada uno de sus productos y servicios son muy buenos y accesibles.

Pregunta No. 7. ¿Por qué razón usted utiliza los servicios que ofrece la empresa

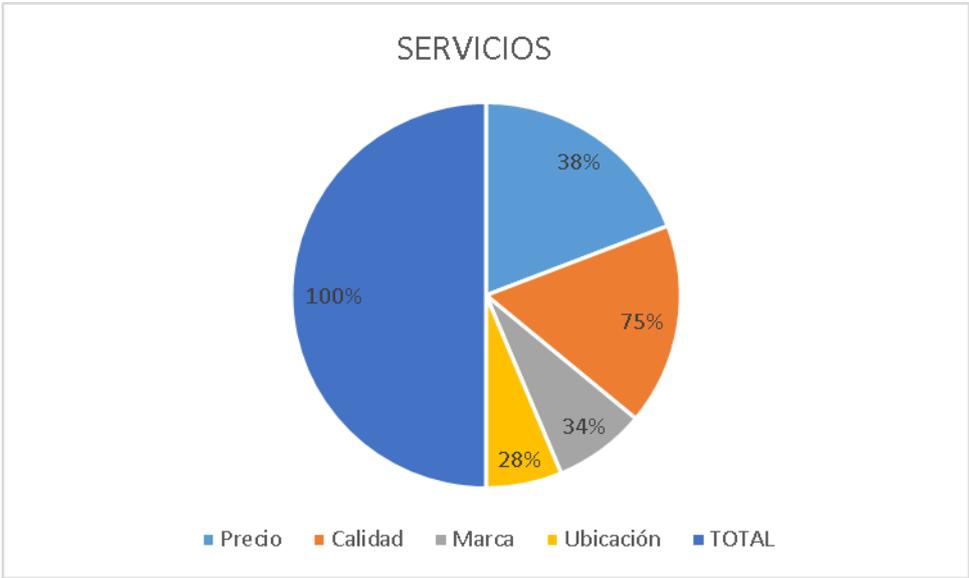
Tabla 11.

Pregunta No. 7

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|-------------|-----------|-----|
| Precio | 85 | 38% |
| Calidad | 75 | 34% |
| Marca | 34 | 15% |
| Ubicación | 28 | 13% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 38% de los clientes utilizan los servicios por el precio el 34% por la calidad el 15% por la marca y el 13% por la ubicación De lo que se puede deducir que la mayoría de los clientes utilizan los servicios por el precio que brinda la empresa.

Pregunta No. 8. ¿Cree usted que la situación económica influye para adquirir un servicio o producto?

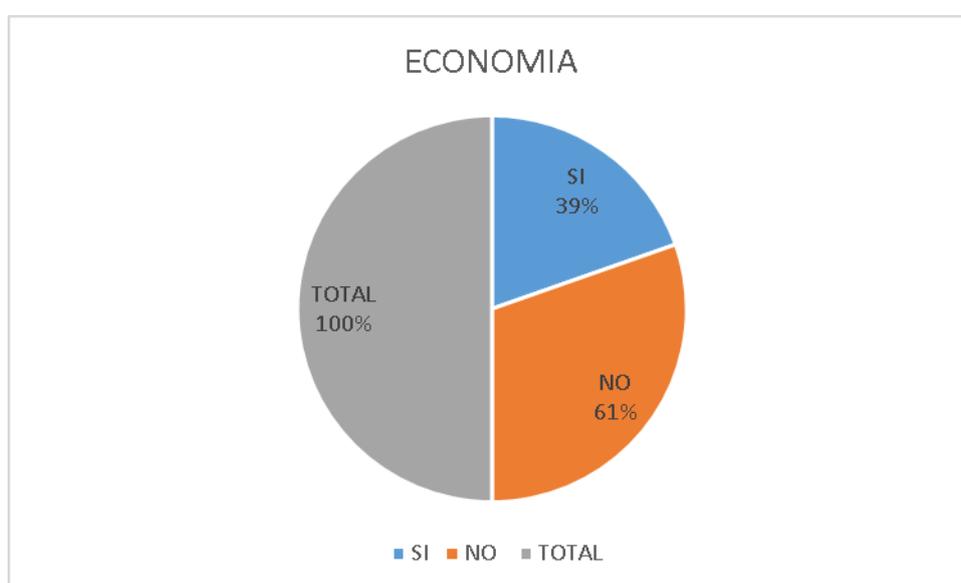
Tabla 12.

Pregunta No.

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 87 | 39% |
| NO | 135 | 61% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

El 61% de los clientes señalaron que no tienen ninguna influencia ya que existe un medio de trabajo para adquirirlo y el 39% manifiesta que si tiene influencia ya que al no haber trabajo no hay dinero para adquirir un bien o servicio que corresponda.

Pregunta No. 9. ¿Considera que la empresa tiene un buen ambiente de trabajo?

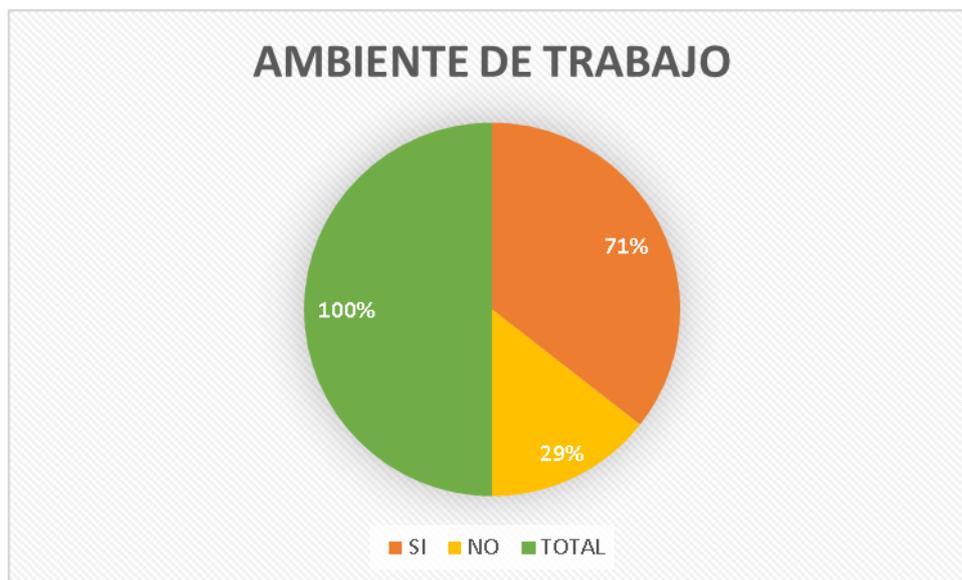
Tabla 13.

Pregunta No. 9

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|-------------|-----------|------|
| SI | 158 | 71% |
| NO | 64 | 29% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay



Análisis e interpretación

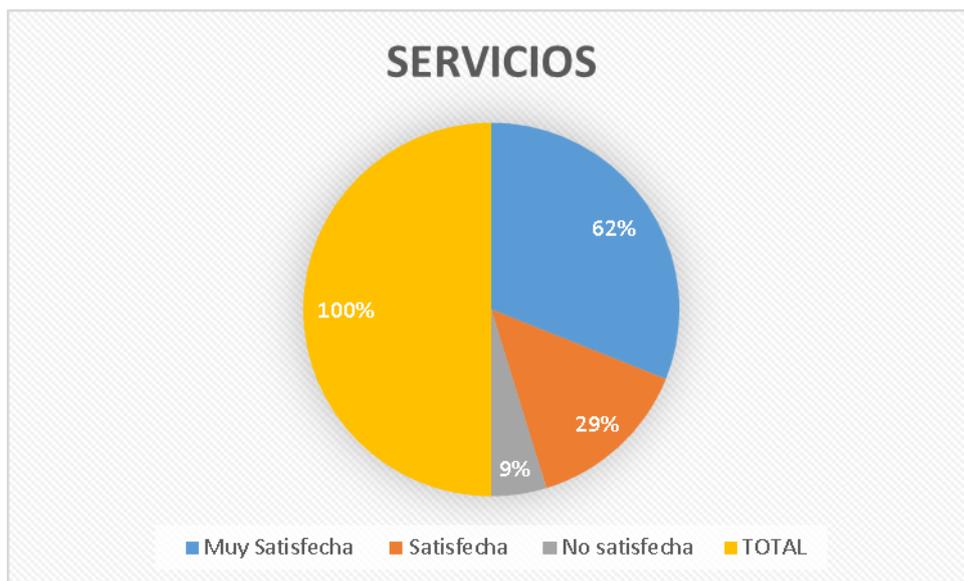
El 71 % de los clientes señalaron que la empresa ostenta un buen ambiente de trabajo, mientras que el 29% opinó justamente lo contrario de lo que se puede deducir es que la empresa tiene un ambiente laboral.

Pregunta No. 10. ¿Se siente satisfecha (o) con los servicios de uso de las computadoras?

Tabla 14.

Pregunta No. 10

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|----------------|-----------|------|
| Muy Satisfecha | 138 | 62% |
| Satisfecha | 63 | 29% |
| No satisfecha | 21 | 9% |
| TOTAL | 222 | 100% |



Nota: Encuesta a los clientes

Elaboración: Jessenia Asadobay

Análisis e interpretación

De las 221 encuestas realizadas, el 62% respondió estar muy satisfecho con el servicio de computación que se presta en la empresa, mientras que el 29% responderon estar satisfechas y solo un 9% no se encuentra satisfecha por el servicio brindado.

Tabla 15.*Matriz Evaluación de Factores Internos (MEFI)***6.2.4 Matriz Evaluación de Factores Internos (MEFI)**

| FORTALEZAS | Pág. | PESO | SUSTENTACIÓN | VALOR | TOTAL |
|--|-------------|-------------|---|--------------|--------------|
| Excelente ubicación geográfica en una de las zonas más céntricas, local comercial propio | 23 | 0,10 | Entrevista gerente Pre-7 | 2 | 0,20 |
| Experiencia comercial | 23 | 0,14 | Entrevista Gerente, preg. 1 | 3 | 0,42 |
| Buena atención al cliente | 26 | 0,10 | Encuesta clientes preg 1. | 2 | 0,20 |
| Seriedad y cumplimiento en la entrega de trabajos | 26 | 0,12 | Encuesta clientes preg. 2 | 3 | 0,36 |
| Buena relación armoniosa | 25 | 0,19 | Entrevista a empleados. Preg. 7 | 4 | 0,76 |
| SUBTOTAL | | 0.65 | | 14 | 1,94 |
| DEBILIDADES | Pág. | PESO | SUSTENTACIÓN | VALOR | TOTAL |
| Falta de capacitación | 24 | 0,08 | Entrevista empleados. Preg.5 | 2 | 0,16 |
| Desconocimiento de la misión y visión de la empresa | 22, 23 | 0,06 | Entrevista a gerente. Preg.2 Entrevista empleados. Preg. 3 | 2 | 0,12 |
| Escasas promociones | 22 | 0,04 | Entrevista a gerente. Preg. 6 | 1 | 0,04 |
| Falta organigrama y manual de funciones en la empresa | 22 | 0,07 | Entrevista a gerente. Preg. 5. | 4 | 0,28 |
| Carencia en innovación y tecnología | 22 | 0,03 | Entrevista a gerente. Preg. 12 ,13, | 2 | 0,06 |
| No tiene departamento de mantenimiento | 23 | 0,03 | Entrevista a gerente Pregunta 14 | 3 | 0,06 |
| No brinda incentivos de compra a los clientes. | 24 | 0,04 | Entrevista a empleados Pregunta 9 | 4 | 0,16 |
| SUBTOTAL | | 0,35 | | 17 | 0,88 |
| TOTAL | | 1,00 | | 25 | 3,85 |

Fuente: Entrevista a Gerente, a empleados y encuesta a clientes.

Elaborado por: Autora

6.2.5 Interpretación de la matriz de evaluación o análisis de situación interna de la empresa Audio y video Jefferson en la ciudad de Catamayo

Los pesos fueron estimados después de clasificar los factores por relevancia. Las fortalezas presentan un total de 1,94, mientras que las debilidades tienen un valor de 0,88. Y el total ponderado de la matriz es de 3,85 esto indica que existe un predominio de las fortalezas sobre las debilidades en la empresa AUDII Y VIDEO JEFFERSON.

6.3 Análisis externo de la empresa Audio y video Jefferson en la ciudad de Catamayo

Para este análisis se tomará en cuenta los siguientes factores:

- Económico
- Tecnológico
- Social
- Factor político
- Factor ambiental
- Las Fuerzas de Porter

6.3.1 Análisis Pestel

El método utilizado para examinar el ambiente común es el Análisis de Pest, que radica en indagar la influencia de aquellos elementos extrínsecos que escapan a la supervisión de la empresa pero que pueden influir a su proceso más adelante (Pedrós & Gutiérrez, 2005).

En el análisis PESTEL definiremos cuatro variables claves que pueden tener un impacto directo en el desarrollo empresarial, ellas son: factores políticos, económicos, sociales, culturales y tecnológicos.

6.3.2. Análisis externo Macro entorno

En el entorno macro se estudian todas las variantes que son externas a la empresa pero que tienen un impacto directo. "Las empresas y todos los otros integrantes operan internamente en un entorno macro más amplio, fuerzas que dan sustento a oportunidades y amenazas para las empresas, es decir, elementos sociales que influyen el entorno micro" (Kotler & Armstrong, 2013, p. 8).

6.3.3 Factor Económico (E).

Puede presentar oportunidades y amenazas, incluidos todos los factores económicos que interfieren la capacidad adquisitiva de los usuarios y las pautas de consumo (Kotler y Armstrong, 2013).

De acuerdo con las últimas estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI), se espera que la economía mundial experimente un crecimiento moderado del 3,4% en 2022, lo que representa un incremento respecto al 6,2% presentado en 2021. Esta desaceleración se debe a varios factores, entre ellos, el aumento de las tasas de interés de política monetaria implementadas por los principales bancos centrales para combatir las presiones inflacionarias, el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y el rebrote de los casos de COVID-19 en China. (INEC, 2022).

De igual manera se indica que en el año 2023, la economía mundial crecerá en un 2,9%, lo que refleja una recuperación paulatina de la actividad económica global.

En resumen, las proyecciones del FMI indican un crecimiento moderado de la economía mundial en los próximos años, con una recuperación paulatina en el 2023.

El Banco Central de Ecuador (2023) indica que la economía ecuatoriana en el año 2022, debido a eventos internos y externos tuvo un alza en el nivel de precios de los productos. Desde el lado externo, el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y las disrupciones en las cadenas de suministro, especialmente de los fertilizantes, fueron los principales factores que influyeron en el alza de los precios de las materias primas. Desde el lado interno, en Ecuador hubo aumento del salario básico unificado, una expansión de la demanda interna y el paro nacional de junio de ese año, lo que provocó un aumento progresivo de la inflación anual, alcanzando su punto máximo en junio con un valor del 4,2%, y cerrando el año con una inflación anual del 3,7%.

A pesar de esta situación, se destaca que la inflación de Ecuador se encontró entre las más bajas de la región. Esto se debe a una serie de políticas monetarias y fiscales implementadas por el gobierno ecuatoriano, que permitieron mantener la estabilidad de los precios en un contexto de incertidumbre económica a nivel mundial. (Banco Central de Ecuador, 2023)

En conclusión, los shocks internos y externos que afectaron la economía ecuatoriana en el año 2022 tuvieron un impacto significativo en el nivel de precios de los productos. Sin embargo, gracias a las políticas implementadas por el gobierno, la inflación se mantuvo en niveles relativamente bajos en comparación con otros países de la región. Estos elementos estudiados permitieron concluir que la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” ha podido mantenerse en el mercado.

Análisis: Ante esta situación el factor económico es una **OPORTUNIDAD** porque debido al tiempo que la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” tiene bastante experiencia en su campo y sabe cómo mantenerse en este mercado tan cambiante.

6.3.4 Entorno Tecnológico (T).

La tecnología domina cada vez más la economía de Ecuador, donde los proyectos tecnológicos se han convertido en una categoría importante de ingresos y gastos, especialmente entre las clases socioeconómicas medias y altas y los jóvenes ansiosos por permanecer en el auge tecnológico para siempre. La invasión de tecnologías extremas se ha transformado en un elemento imprescindible en el fomento del país.

En este orden, según el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, nos dice que las provincias con más redes tecnológicas y sociales son: Pichincha (49,7%), Azuay (43,4%) y El Oro (43%). Otras provincias destacadas son El Guayas (42,7%) y Pastaza (40,1%).

Según el INEC (2022), en el 2022 el 60,4% de las casas del país tienen accesibilidad a Internet; con un 69,7 % de personas que utilizan internet en forma cotidiana. Se observó un 52,2% de personas que poseen un teléfono inteligente, esta información corresponde a la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Estas cifras son alentadoras debido a que los ecuatorianos están adoptando nuevas tecnologías y adaptándolas a su forma de vida, como comunicarse, estudiar y trabajar en determinadas ocasiones, representa un servicio muy demandado en beneficio de las empresas que lo brindan, como la empresa “Audio y Video Jefferson”.

En la actualidad, la cantidad de dispositivos electrónicos como teléfonos móviles y computadoras en el país es cada vez mayor, y el uso de Internet también aumenta debido al número creciente de empresas de telecomunicaciones, donde los planes en términos de velocidad y precio son cada vez más atractivos, es por ello que la empresa “Audio y Video Jefferson” en pro de competir en el mercado está a la vanguardia de la adquisición de equipos nuevos y actualizados.

Análisis: Por lo indicado se puede deducir que es una **OPORTUNIDAD** el avance tecnológico de los ecuatorianos al adoptar nuevas tecnologías que benefician en gran medida a la empresa por los servicios de renta de computadoras que esta proporciona donde el mayor uso es el internet

6.3.5 Entorno Social (S).

De acuerdo con la información obtenida a través del INEC (2022) a diciembre 2022, la pobreza a nivel nacional se ubicó en 25,2% y la pobreza extrema en 8,2%. En el área urbana la pobreza llegó al 17,8% y la pobreza extrema a 3,9%. Finalmente, en el área rural la pobreza alcanzó el 41,0% y la pobreza extrema el 17,4%.

Estas cifras representan un riesgo para el crecimiento económico porque va a incidir en la disminución de compradores del servicio por el bajo nivel adquisitivo.

Aunado a lo anterior en la ciudad de Catamayo Provincia de Loja existen otros factores sociales que pueden representar una oportunidad para el progreso financiero de

las empresas como el crecimiento poblacional desde el año 2010 según INEC (2022) del cantón Catamayo en el sector urbano incrementando de 31860 a 35961 habitantes, destacando la actividad económica que mayor empleo proporciona al cantón los servicios con 3.418 plazas de empleo, seguido por el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 481 plazas (PDOT Cantón Catamayo, 2019).

Análisis: Ante estas circunstancias el elemento social se expresa como una **AMENAZA** porque el alto índice de pobreza conlleva a que baje el nivel de compras al bajar el nivel adquisitivo de la población. Además, el incremento de la población y la disponibilidad de para las distintas actividades económicas del cantón Catamayo.

6.3.6 Entorno Político (P).

“El ambiente político está constituido por las legislaciones y ordenanzas que afectan o constriñen a diversas organizaciones y personas en una comunidad estipulada” (Kotler & Armstrong, 2013) Actualmente, en Ecuador existe hay estabilidad política internacional en el entorno político del país, pues cuenta con el libre comercio, siendo una oportunidad de crecimiento para las empresas porque genera mayores ganancias, pero con desventajas, ya que para que Ecuador pueda conservarse capaces de competir, entre potencias del primer mundo, causó una inestabilidad del trabajo: aumento del empleo informal y subempleo o subcontratación (Vaca, 2018).

Por otro lado, debido a la globalización y las políticas de comercio exterior, Ecuador está tratando de facilitar que las empresas importen del mercado internacional, y el entorno actual es favorable para las organizaciones ya que proporciona un crecimiento y desarrollo continuo.

Análisis: Dada esta situación, los factores políticos se ven como una **AMENAZA** para la empresa dada su inestabilidad política, crecimiento del mercado y desarrollo continuo e incertidumbre con las políticas de comercio exterior

6.3.7 Factor ambiental

Mediante certificaciones internacionales dentro de sus organizaciones más del 80% de las empresas del país no invierten en la protección del medio ambiente. Sólo el 2% de las empresas dispone de sistemas de gestión medioambiental, mientras que el 80% de las empresas carece de un estudio de impacto medioambiental.

En cuanto al componente ambiental, cabe destacar que el Ministerio de Medio Ambiente vela por la legislación ambiental del país, refiriéndose a la Ley de Gestión Ambiental como el cuerpo legal específico más significativo en materia de protección ambiental en la nación. Esta ley habla sobre el reciclaje de equipos electrónicos que han llegado al final de su vida útil y está directamente relacionada con la prevención, control y sanción de actividades contaminantes.

Análisis: Ante esta situación el factor ambiental es una **AMENAZA** de sus organizaciones más del 80% de las empresas del país no invierten en la protección del medio ambiente. Sólo el 2% de las empresas dispone de sistemas de gestión medioambiental, mientras que el 80% de las empresas carece de un estudio de impacto medioambiental

6.3.8 Las 5 Fuerzas de Michael Porter

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. “El método es conveniente para entender los orígenes de competencia en una industria o sector” (Johnson, 2006, p. 17).

6.3.8.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Como se mencionó anteriormente, existe la posibilidad de que cada vez la competencia aumente, en el caso de los competidores nuevos Pero la experiencia, atención y lealtad del consumidor a la empresa y los diferentes medios juegan un papel importante para darse a conocer como proveedor y presentar los servicios al público. Entre las principales observaciones que debe tener una empresa es el análisis de su competencia, esto conlleva a que la empresa tenga conocimiento de su realidad dentro del mercado y su posición frente a la competencia.

Después del respectivo análisis la empresa, se ha determinado que el análisis de la competencia nos ayuda a la elaboración de nuevas estrategias y planteamiento de nuevos objetivos y metas bien planteadas.

Análisis

Por ello la posibilidad de nuevos entrantes es una **AMENAZA** para la empresa, ya que pueden ya que ellos pueden ofrecer servicios de tecnología extremas a un menor costo.

6.3.8.2 Competencia de productos sustitutos.

Las empresas que prestan sus servicios de Internet están constantemente en renovación, ya que la tecnología y los modelos cambian en una forma acelerada, también es cierto que muchas de las personas no necesariamente necesitan un producto o servicio de buena calidad sino más bien hoy en día ven más el precio para adquirir el bien o servicio, es allí cuando adquieren productos sustitutos, como, por ejemplo; la marca, el precio, etc. Los mismos que son comercializados a un precio más bajo y con facilidades de pago

Análisis: Análisis: Destacando que cada día salen nuevos productos asociados con accesorios tecnológicos, siendo una OPORTUNIDAD que se tengan productos sustitutos que puedan suplir la necesidad del cliente.

6.3.8.3 El poder negociador de los proveedores.

El poder de negociación con los proveedores es alto, ya que aquellos que proveen el servicio de internet, ofrecen planes y paquetes de ofertas. Los factores implicados en la relación con los proveedores de internet son los costos, el ancho de banda y los tipos de enlace.

Análisis

La posibilidad de planes y paquetes de ofertas de servicio de internet representa una **OPORTUNIDAD**, donde se consigan los mejores costos en relación con los requerimientos de ancho de banda y tipo de enlace porque, además, ésta ofrece: Precios Accesibles

6.3.8.4 Poder de negociación de los clientes.

La negociación es un proceso mediante el cual dos o más partes -que tienen intereses tanto comunes como opuestos- intercambian información a lo largo de un período, con miras a lograr un acuerdo para sus relaciones futuras.

Análisis

Para la empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" que presta servicios de tecnología, representa una OPORTUNIDAD el ofrecimiento de sus productos de manera directa a través de las instalaciones.

Gráfico 8: Resumen de las 5 fuerzas de PORTER



Fuente: Estrategias de Porter

Elaborado por: Autora

Tabla 16.*Matriz Evaluación de Factores Externos (MEFE)***6.3.9 Matriz Evaluación de Factores Externos (MEFE)**

| OPORTUNIDADES | Pág. | PONDERACIÓN | SUSTENTACIÓN | CALIF. | CALIFICACIÓN TOTAL |
|--|-------------|--------------------|--|---------------|---------------------------|
| Cambios permanentes en el avance tecnológico | 39 | 0,14 | Factor tecnológico | 3 | 0,42 |
| Inexistencia de producto sustituto | 41 | 0,18 | fuerzas de Porter: amenaza de productos sustitutos | 4 | 0,72 |
| La empresa posee poder de decisión sobre compras y ventas | 42 | 0,14 | Poder de negociación con los proveedores | 3 | 0,42 |
| SUBTOTAL | | 0,60 | SUBTOTAL | 13 | 1,98 |
| AMENAZAS | Pág. | PONDERACIÓN | SUSTENTACIÓN | CALIF. | CALIFICACIÓN TOTAL |
| Rivalidad de competidores existentes. | 39 | 0,16 | Factor social | 2 | 0,18 |
| Incertidumbre con las políticas de comercio exterior | 40 | 0,14 | Factor político | 3 | 0,42 |
| Competencia con mayor participación de mercado por parte de la competencia | 41 | 0,10 | Amenaza de entrada de nuevos competidores. | 1 | 0,05 |
| SUBTOTAL | | 0,40 | SUBTOTAL | 9 | 1,07 |
| SUBTOTAL | | 1,00 | SUBTOTAL | 9 | 3,05 |

Fuente: Factores Externos
 Elaboración: Autora

6.3.9.1 Matriz Evaluación de Factores Externos (MEFE)

A través de un análisis cuidadoso y como complemento al análisis PESTEL, se descubrieron las oportunidades a su favor y las amenazas que influyen en la estructura. Es importante considerar que estos elementos están fuera de control y no hay nada que una organización pueda hacer al respecto. Un buen análisis conducirá a una buena matriz EFE (D'Alessio, 2014). Con esta matriz se analizan y sintetizan las oportunidades y amenazas de la empresa "AUDIO Y VIDEO JEFFERSON" en base a los factores político-legales, económicos, socioculturales y tecnológicos nombrados en el análisis PEST. De esta forma, se puede medir la medida en que el sector responde a las oportunidades y amenazas (D'Alessio, 2015).

Se consideran tres oportunidades y tres amenazas para la matriz MEFE. Los valores designados se determinaron de la siguiente manera: se le asigna un valor de cuatro si se ubica como lo más relevante, tres si la está por encima del promedio en cuanto a la relevancia, dos si es apenas relevante, y uno si es poco importante.

6.3.9.2 Interpretación de la matriz de evaluación o análisis de la situación externa de la empresa Audio y video Jefferson en la ciudad de Catamayo

La matriz de factores externos permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, resultado del análisis externo de la empresa (macroentorno).

Al evaluar los resultados obtenidos a través de la matriz EFE se obtuvo que el valor total de las oportunidades es de 1,98 y el valor total de las amenazas es de 1,07 determinando así que el ambiente es beneficioso para la empresa.

6.3.10 Matriz FODA (MFODA)

A través de un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa "Audio y Video Jefferson", resumiremos los aspectos clave y cómo estos aspectos inciden en el desarrollo de sus capacidades estratégicas. El propósito de este análisis es ayudarnos a crear una base de conocimiento para generar acciones correspondientes que nos permitan mejorar la organización y evaluar acciones futuras.

Tabla 17.

MATRIZ FODA

**MATRIZ FODA
(RESUMEN DE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS)**

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Excelente ubicación geográfica en una de las zonas más céntricas, local comercial propio 2. Experiencia comercial 3. Buena atención al cliente 4. Seriedad y cumplimiento en la entrega de trabajos 5. Buen clima laboral | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejor posicionamiento y liderazgo en el mercado. 2. Inexistencia de producto sustituto 3. La empresa posee poder de decisión sobre compras y ventas |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de capacitación 2. Desconocimiento de la misión y visión de la empresa 3. Escasas promociones 4. Falta organigrama y manual de funciones en la empresa 5. Carencia en innovación y tecnología 6. No tiene departamento de mantenimiento 7. No brinda incentivos de compra a los clientes. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rivalidad de competidores existentes. 2. Incertidumbre con las políticas de comercio exterior 3. Competencia con mayor participación de mercado por parte de la competencia |

Nota: Matriz EFE y EFI

Elaborado: Autora

Tabla 18

MATRIZ DE ALTO IMPACTO (FO-FA-DO-DA)

| | | |
|---|--|---|
| FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| | F1. Excelente ubicación geográfica en una de las zonas más céntricas, local comercial propio F2. Experiencia comercial F3. Buena atención al cliente F4. Seriedad y cumplimiento en la entrega de trabajos F5. Buen clima laboral | D1. Falta de capacitación D2. Desconocimiento de misión y visión de la empresa D3. Escasas promociones D4. Falta organigrama y manual de funciones en la empresa D5. Carencia en innovación y tecnología D6. No tiene departamento de mantenimiento D7. No brinda incentivos de compra a los clientes |
| OPORTUNIDADES | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS DO |
| O1. Mejor posicionamiento y liderazgo en el mercado. O2. Inexistencia de producto sustituto O3 La empresa posee poder de decisión sobre compras y ventas | (F2, O2) Preparar planes de modernización de la infraestructura y de actualización de los equipos de la empresa (F5, O1) Garantizar una correcta armonía en el desempeño empresarial, cumpliendo las funciones de cada uno de los puestos de trabajo según las actividades que se desarrollan a lo interno de la Empresa. (F3, O3) Ofrecer incentivos al cliente recurrente. (F3, O1) Mantener precios estables, pero con excelente calidad, buena atención al cliente ganando posicionamiento en el mercado. | D1, O3) Capacitar, motivar e incentivar al personal de la empresa, a fin de tener talento calificado y eficiente en el desempeño de sus funciones. (D3, O3) estimular los planes promocionales de incentivos al cliente considerando el conocimiento del mercado q posee (D5, O3) Entablar convenios de financiamiento con los proveedores de internet para garantizar innovación de equipos. |
| AMENAZAS | ESTRATEGIAS FA | ESTRATEGIAS DA |
| A1. Rivalidad de competidores existentes. A2. Incertidumbre con las políticas de comercio exterior A3. Competencia con mayor participación de mercado por parte de la competencia | (F2-A1) Implementar estrategias de diferenciación para imponerse sobre sus competidores. (F3, A2) Aplicar un programa publicitario adecuado para mejorar el posicionamiento de la empresa Audio y video Jefferson de la ciudad de Catamayo. | (D2-A3) Elaborar la filosofía empresarial para mejorar la participación en el mercado y la competencia . D5, A3) Elaborar campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación con la finalidad de posicionar a la empresa en el mercado local y promocionar los servicios manteniendo el servicio de calidad.. |

Nota: Matriz FODA
 Elaborado: La Autora

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Tabla 19.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

| ESTRATEGIAS | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS |
|---|---|
| <p>(D2-A3) Elaborar la filosofía empresarial para mejorar la participación en el mercado y la competencia.</p> | <p>Elaborar la filosofía empresarial de la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON</p> |
| <p>(D1, O3) Capacitar, motivar e incentivar al personal de la empresa, a fin de tener talento calificado y eficiente en el desempeño de sus funciones.</p> <p>(F3, A2) Preparar programas de capacitación para aumentar la participación en el mercado</p> | <p>Elaborar un Plan de Capacitación para el personal de la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON</p> |
| <p>(F2, O1) Preparar planes de modernización de la infraestructura y de actualización d los equipos de la empresa.</p> <p>(D5,O1) Entablar convenios de financiamiento con los proveedores del servicio de internet para garantizar innovación equipos</p> | <p>Implementar un sistema de tecnología, brindando la accesibilidad en línea de stock de equipos tecnológicos a nuestros clientes para que promocioe las actividades de la empresa y proporcione mejor atención a los clientes</p> |
| <p>(F3, O1) Mantener precios estables, pero con excelente calidad, buena atención al cliente ganando posicionamiento en el mercado.</p> <p>(D5, A4) Elaborar campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación con la finalidad de posicionar a la empresa en el mercado local y promocionar los servicios manteniendo el servicio de calidad.</p> | <p>Elaborar un plan de publicidad y promoción para ofrecer servicios para la prestación de servicio de Internet y venta de accesorios de computación utilizando los mejores recursos humanos y la tecnología actual, para brindar un servicio oportuno y de calidad</p> |

Nota. Objetivos estratégicos tomados de la Tabla 19. MATRIZ DE ANÁLISIS (IMPACTO).

Elaborado por: Autora

PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO
EMPRESA
“AUDIO Y VIDEO
JEFFERSON”
CATAMAYO

Preparado por: JESSENIA ASADOBAY



2023

OBJETIVO ESTRATÉGICO No. 1

Elaborar la filosofía empresarial de la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON.

PROBLEMA

En las empresas actualmente existen problemas focalizados en la falta de la misión visión objetivos y valores conocidos como filosofía empresarial el cual esta reflejado en la empresa audio y video Jefferson de la ciudad de catamyo debido a que el gerente desconoce la importancia de tener una organización adecuada lo que limitada que la empresa tenga mejor participación en el mercado.

META

Lograr que el gerente y los empleados de la organización conozcan la misión y visión los objetivos formulados en esta propuesta en el primer trimestre del año de ejecución del plan estratégico.

POLÍTICA

Que todos los empleados conozcan la filosofía empresarial que representen a la organización.

ESTRATEGIA

Formular la filosofía empresarial que regirá la empresa cuando se ponga en vigencia el plan estratégico.

TÁCTICAS

Formular la filosofía empresarial.

Socializar con el personal de la empresa la misión, visión, objetivos y valores.

Se colocará la misión y visión en los lugares visibles para el personal y el publico .

RESPONSABLE

Gerente de la empresa.

ACTIVIDADES

Elaborar una propuesta de misión y visión para hacer entregada al gerente para su revisión y aprobación.

Imprimir un folleto que contenga la misión visón y objetivos que será socializado con el personal de la empresa.

Determinar los lugares estratégicos para colocar letreros donde contenga la misión y la visión.

Propuesta de la MISIÓN para la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

Tabla 20
Matriz de la Misión

| | |
|---------------------------------------|---|
| ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva? | Servicios de internet innovadores y disponibilidad de equipos de marcas reconocidas |
| Medio | Calidad de servicio, precios justos |
| Quiénes son nuestros clientes | Zona sur del país: ciudad de Catamayo Provincia de Loja |
| ¿Cuál es nuestra finalidad mayor? | Clientes en general |

MISIÓN PROPUESTA

Somos una empresa dedicada a ofrecer servicios para la prestación de servicio de Internet y venta de accesorios de computación para el mercado local de la ciudad de Catamayo, para tener una mayor rentabilidad, utilizando los mejores recursos humanos y la tecnología actual, para brindar un servicio oportuno y de calidad, aplicando los procedimientos de innovación apoyados en la planificación que permita el reconocimiento de los productos dados a los clientes con una completa satisfacción.

Propuesta de la VISION para la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

Definir y describir lo que la empresa quiere alcanzar más adelante. Este es el anhelo que la empresa quiere realizar. Cuál es el deseo de alcanzar la calidad total y la excelencia. Mientras se cumpla la tarea, la visión forma el punto de vista de mejora futura. La visión responde a la pregunta: ¿Cómo queremos que sea la empresa en años venideros?

Matriz para la construcción de la visión

Tabla 21

| | |
|---|---|
| ¿Qué somos y qué queremos como empresa? | Ser líderes en el mercado local |
| El propósito o finalidad | Ofertar servicios tecnológicos |
| Servicio a ofrecer | Servicios de internet y disponibilidad de equipos tecnológicos de marcas reconocidas. |

VISIÓN PROPUESTA

Nuestra visión es convertirnos en una empresa líder en el mercado local, ofreciendo la prestación de servicio de Internet, y venta de accesorios de computación, por sus precios competitivos, una nueva imagen corporativa, servicio de calidad en atención al cliente, promociones, con un compromiso hacia los clientes basados en una política de satisfacer a los mismos,

Propuesta de los VALORES EMPRESARIALES de AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

Creatividad:

Excelencia, compromiso y amor por lo que realiza, capacidad de asimilar las fallas y ver oportunidades en las problemáticas, y perseverar hasta alcanzar las metas propuestas.

Satisfacer al cliente:

Sus necesidades psicosociales como ser humano, hay que proporcionarle bienes y/o servicios que satisfagan sus necesidades.

Honestidad:

Laboramos con honestidad, dignidad, equilibrio y hermandad.

Responsabilidad:

Cumplir con las necesidades del cliente, brindar servicios personalizados y tener en cuenta la imagen de las pequeñas y micro empresas.

Actitud de liderazgo:

Perseguimos la mejora continua y nos convertimos en la mejor referencia para el desarrollo local.

Trabajo en equipo:

Promovemos la iniciativa, el conocimiento y los recursos particulares para que la empresa funcione mejor.

Competitividad:

Brindamos servicios de Internet y equipos técnicos de alta calidad con alta eficacia y precios capaces de competir.

Organigrama estructural propuesto

La organización de una empresa se fundamenta básicamente en el organigrama, que en realidad es el origen para establecer las funciones y compromisos de las personas que trabajan en la empresa.

Organigrama proyectado para la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

Gráfico 9: Organigrama proyectado para la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

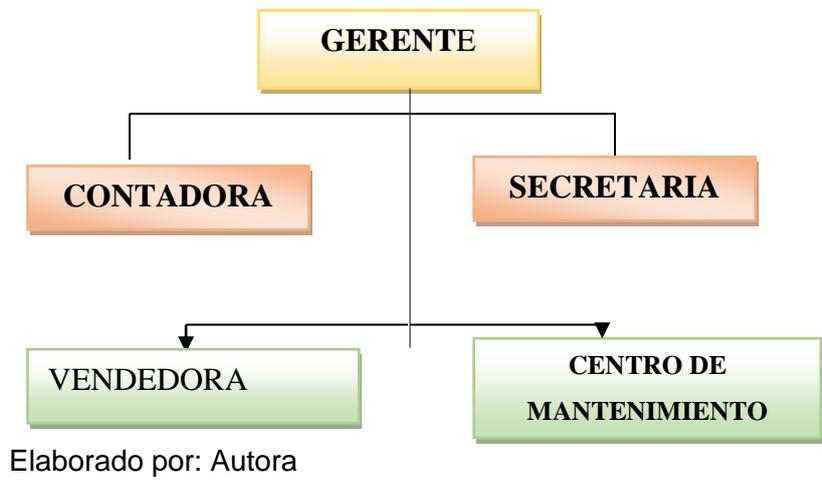


Tabla 22.*Presupuesto del objetivo*

| ACTIVIDADES | Descripción | Cantidad | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|--|------------------------------------|----------------|-------------|
| Imprimir un folleto que contenga la misión visión y objetivos que será socializado con el personal de la empresa. | Impresión de 10 folletos Anillados | 15 folletos de 15 hojas | \$1.00 | \$10 |
| Elaboración y colocación del letrero que contenga la misión y visión | Impresión de letreros en material de pbc | 2 letreros de pbc de 40cm por 50cm | \$60 | \$70 |
| Total | | | | \$80 |

Nota. Elaborado por: Autora

Tabla 23.

Matriz de operatividad

| OBJETIVO: Elaborar la filosofía empresarial de la empresa audio y video Jefferson | | | | | | | |
|---|--|--|-----------------------|---|---------|--|---|
| META | TACTICA | POLÍTICA | RESPONSABLE | PRESUPUESTO | TIEMPO | ACTIVIDADES | RESULTADOS |
| Lograr que el gerente y los empleados de la organización conozcan la misión y visión los objetivos formulados en esta propuesta en el primer trimestre del año de ejecución del plan estratégico. | Formular la filosofía empresarial. Socializar con el personal de la empresa la misión, visión, objetivos y valores. Se colocará la misión y visión en los lugares visibles para el personal y el público . | Que todos los empleados conozcan la filosofía empresarial que representen a la organización. | Gerente de la empresa | Las actividades programadas tienen un costo de \$80 | 3 meses | Elaborar una propuesta de misión y visión para hacer entrega al gerente para su revisión y aprobación. Imprimir un folleto que contenga la misión visón y objetivos que será socializado con el personal de la empresa. Determinar los | Dar a conocer conozcan la misión visión, valores y objetivos al personal y clientes de la empresa |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | lugares estratégicos para colocar letreros donde contenga la misión y la visión. | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

Nota. Elaborado por: Autora

OBJETIVO ESTRATÉGICO No. 2

Elaborar un Plan de Capacitación para el personal de la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON

PROBLEMA

No existen programas de Capacitación permanente, motivación o incentivos, que sean eficientes en la Empresa Audio y Video Jefferson necesarios para el buen desempeño del Talento Humano que les permita cumplir eficientemente sus funciones. .

META

Conocer continuamente los conocimientos del personal para lograr un mejor servicio a los clientes y el manejo adecuado por parte de cada uno de los trabajadores de la Empresa Audio y Video Jefferson.

POLÍTICA

- Brindar un servicio de calidad a sus clientes y usuarios.
- Propiciar condiciones adecuadas que mejoren el entorno laboral.
- Evaluar los resultados luego de la Capacitación
- Asistir a cursos para el mejoramiento personal y laboral en manejos de programas de Internet

ESTRATEGIA

Diseñar un Plan de Capacitación para el personal de la Empresa referente a temas relacionados con Atención al Cliente, Manejos de Programas, Declaraciones, Uso del Manejo del Internet, etc. .

TÁCTICAS

Desarrollar planes de enseñanza y capacitación de conformidad a los requerimientos de cada uno.

RESPONSABLE

Gerente y todo el personal de la empresa

ACTIVIDADES

Desarrollar seminarios, talleres, congresos, cursos, charlas.

Tomar un curso de enseñanza o capacitación

PROCESO DE PLAN DE CAPACITACIÓN INTRODUCCIÓN:

1. Proceso de Plan de Capacitación

➤ **Planificar funciones de Capacitación**

La capacitación se la dará mediante seminarios, charlas, conferencias.

➤ **Determinar necesidades de capacitación**

AUDIO Y VIDEO JEFERSON necesita personal competente, ágil, creativo, desenvolvimiento en Ventas. Lo cual es necesario aplicar cursos sobre Atención al Cliente, tanto para los Empleados como Gerente.

➤ **Elaborar un programa de Capacitación**

- **Establecer metas:** Que el personal que labora en la Empresa tenga un mejor desenvolvimiento en Atención al Cliente, para que obtengan con seguridad su compra.

➤ **Definir objetivos:**

- Conocer el Plan de Capacitación

- Mejorar la atención al cliente

- Mejorar las ventas

- **Tener el grupo a quienes se va a capacitar:** La capacitación va dirigida a todo el personal que elabora en la Empresa

- **Material Adecuado** o Carpeta de Trabajo o Material preparado por el Instructor

- **Ejecución del Plan de Capacitación** o **Temas a Tratar:** o Servicio al Cliente o Relaciones Humanas o Motivación, Liderazgo **Evaluar el Plan de Capacitación**

Tabla 24.

Indicadores de Desempeño Empleados

| Parámetros de Evaluación | Indicadores de Desempeño Empleados | Empleados | | |
|---|---|------------------|--|--|
| Construcción Individual del Conocimiento | Contextualiza los documentos | | | |
| | Identifica las tareas de capacitación | | | |
| | Participa activamente en la capacitación | | | |
| Socialización del Conocimiento | Escucha con atención lo expuesto por el facilitador | | | |
| | Respeto los criterios de los compañeros | | | |
| Aplicación del Conocimiento | Realiza adecuadamente las tareas planificadas | | | |
| | Resuelve correctamente el taller propuesto | | | |
| | Entrega puntualmente su tarea | | | |
| | Realiza conclusiones respetando los diferentes criterios. | | | |
| | Participa activamente en el desarrollo de la actividad. | | | |
| | | | | |

Tabla 25.

Presupuesto del objetivo

| DETALLE | COSTO | TOTAL |
|-----------------------|------------------------|--------------|
| Instructor | \$ 700 | \$ 700 |
| Recursos o materiales | \$ 50 | \$ 50 |
| Alquiler de Data Show | \$ 10.00 por cada hora | \$60.00 |
| TOTAL | TOTAL | \$810 |

Nota. Elaborado por: Autora

Tabla 26.

Matriz de operatividad

| OBJETIVO Elaborar un Plan de Capacitación para el personal de la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON | | | | | | | |
|--|---|---|-----------------------|---|---------|--|---------------------|
| META | TACTICA | POLÍTICA | RESPONSABLE | PRESUPUESTO | TIEMPO | ACTIVIDADES | RESULTADOS |
| Renovar diariamente los conocimientos del personal que labora en la Empresa para lograr un mejor servicio a los clientes y el manejo adecuado de todas las funciones | llevar a efecto el plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada uno de los integrantes | Brindar un mejor servicio y productos de calidad a los clientes. Propiciar condiciones adecuadas que mejoren el entorno laboral. Evaluar los resultados después de la capacitación. | Gerente de la empresa | Las actividades programadas tienen un costo de \$2380 | 6 meses | Desarrollar seminarios, talleres, congresos, cursos, charlas. Tomar un curso de enseñanza o capacitación. | personal capacitado |

Nota. Elaborado por: Autora

OBJETIVO ESTRATÉGICO No. 3

Incorporar un sistema tecnológico, brindando la accesibilidad en línea del stock de equipos tecnológicos a clientela para que promocióne las labores de la empresa y ofrezca mayor asistencia a los clientes.

PROBLEMA

La empresa AUDIO y VIDEO JEFFERSON no cuenta con una página web para lograr un mayor alcance de atracción de clientes.

META

Implantación de sistema informático para la empresa de servicio de internet que quiere incrementar todo el sistema en un 100% en cuanto a clientes, equipos disponibles, precios, compradores etc.

POLÍTICA

Identificar y cotizar los precios que ofrecen las diversas empresas distribuidoras de sistemas informáticos.

ESTRATEGIA

Para asegurar el acatamiento de esta política, seguimos empleando los servicios de empresas informáticas que se especializan en programas informáticos y brindan servicios de host para sostener las páginas web.

TÁCTICAS

- Visitar proveedores de sistemas informáticos a nivel local o en ciudades más amplias como Quito o Guayaquil.
- Dar cumplimiento a los acuerdos con empresas proveedoras de Internet y páginas web.

RESPONSABLE

Gerente

ACTIVIDADES

- Diseño de páginas WEB para el negocio
- Realizar contrataciones con las proveedoras de internet
- Establecer los medios de pagos disponibles
- Contratar una página para colocar anuncios publicitarios en la web.

Diseño de la página WEB audio&videojefferson.com

Apariencia de la página

En general, el portal debe ser amigable, sencillo, técnico más que promocional, tener múltiples opciones de búsqueda, una amplia gama de productos y materiales y, en lo posible, brindar toda la información necesaria para que pueda ser manejado fácilmente por los clientes.

En general, algunas de las características que debes incluir en tu homenaje o página de inicio son:

La **Página de inicio - página HOME** en la esquina superior izquierda debe aparecer lo siguiente:

Nombre, Logo y Eslogan: Debe incluir el logo de la tienda y el eslogan: "Siempre es un gusto atenderte" para identificarlo ante los usuarios.

Registro: enlace a la cuenta personal del cliente registrado, en caso de no presentar, opción de cumplimentación de datos. Necesario y por lo tanto parte de los beneficios que disfrutaban los clientes registrados.

En la **parte inferior izquierda:**

Brinda varias opciones de búsqueda de productos, tales como:

Orden alfabético: Haga clic en la letra seleccionada, se mostrarán las categorías que comienzan con esa letra en particular.

Por categoría: una lista general de categorías, si hace clic en cada categoría, se muestran las subcategorías, y si vuelve a hacer clic, se muestran el producto o productos necesarios.

Por Marca o Fabricante: Esta opción muestra una lista de marcas y fabricantes que formarán parte del portal si hace clic en la marca después de la confirmación, se **muestran todos los productos registrados en el portal y bajo esa marca en particular.**

Barra de búsqueda: donde puedes escribir directamente lo que tu cliente necesita de forma genérica ej.: (teléfono) y se mostrará todos los productos relacionados con esa palabra. Esta barra también se puede ubicar en la parte superior de la página web.

En la **esquina superior derecha** debe aparecer lo siguiente:

Menú de enlaces: Por ejemplo: "Contáctenos", habrá información de la empresa, como dirección, número de teléfono, correo electrónico, etc.; "Ayuda", habrá instrucciones para tratar páginas y problemas

Frecuentemente; variantes de idioma: español, inglés o francés; y un carro de compras o shopping cart, que recuerda los productos seleccionados y la lista personal del cliente durante toda la sesión para cuando decida "check out" o completar una compra; una vez

Ir a este enlace y brindará detalles breves pero completos del estado del proceso de compra (básicamente artículo, cantidad y precio) para que los clientes sepan que el sistema funciona bien, no cometieron errores y podrán comprar otros productos con más tranquilidad.

En la parte inferior derecha:

Para publicidad de blogs, intercambio de enlaces o espacio propio, según el caso. Después de esto, también puede colocar la siguiente información: ofertas, enlaces, promociones, noticias, etc.

En la **parte superior central de la página**, debe contener lo siguiente:

Menú principal: donde se puede incluir el siguiente enlace "Productos", es decir qué mercancía está disponible para la venta; "Quiénes somos", que describe brevemente la empresa, misión y visión, y los "Servicios" que se prestarán al usuario.

Una presentación Flash con 4 o 5 fotos donde puedes agregar promociones, enlaces varios, etc.

Imágenes o fotos de muestra para cada categoría y descripción con el propósito que se presenten los productos disponibles.

En la parte inferior central:

Se debe dejar un lugar en esta sección para mostrar el sello de seguridad de Verysign, la tarjeta de crédito con la que tiene convenio, el logo de Paypal y el logo de Servientrega, el ícono de Facebook, Twitter, etc., para que los clientes puedan identificar qué empresas con los que estarán trabajando, ya sea procesando pagos, envíos o publicidad.

Medios de pagos disponibles

Una tienda online consiste en una versión web de una tienda física. Por ello, también cuenta con catálogos de productos con sus respectivos precios, colores, tallas, promociones, etc. Por lo general, se paga con tarjeta de crédito y se envía a través de una empresa de entrega subcontratada. A continuación, e presentan las opciones para el pago de las compras.

Gráfico 10:Medios de pagos disponibles



Contratar una página para colocar anuncios publicitarios en la web.

Este espacio publicitario consta de 3 créditos (hasta 3 banners rotulados)
(300 X 50)

Gráfico 11:Web-banner



Publicidad

300 X 50

- Cada crédito mensual cuesta \$100 (30 días)
- Cada crédito quincenal cuesta \$100 (15 días)
- Peso máximo 25Kb
- Formatos: gif
- Este banner aparece en todas las páginas del sitio móvil

Tabla 27.*Presupuesto del objetivo*

| DETALLE | COSTO | TOTAL |
|---|--------------|----------------|
| Diseño página WEB inicial, permiso de funcionamiento, hosting, dominio, patente, certificado Verisign | \$ 3.600 | \$ 3.600 |
| Internet mensual | \$ 50 | \$ 50 |
| Banner online mensual | \$ 400 | \$400 |
| TOTAL | TOTAL | \$4.050 |

Nota. Elaborado por: Autora

Tabla 28.

Matriz de operatividad

| OBJETIVO: Implementar un sistema de tecnología, brindando la accesibilidad en línea de stock de equipos tecnológicos a nuestros clientes para que promocióne las actividades de la empresa y proporcione mejor atención a los clientes. | | | | | | | |
|---|---|---|-------------|--|----------------------------|--|--|
| META | TÁCTICA | POLÍTICA | RESPONSABLE | PRESUPUESTO | TIEMPO | ACTIVIDADES | RESULTADO |
| Implantación de sistema informático para la empresa de servicio de internet que quiere incrementar todo el sistema en un 100% en cuanto a clientes, equipos disponibles, precios, compradores etc. | Realizar visitas a los proveedores de sistemas informáticos de la localidad o de las ciudades grandes como Quito o Guayaquil. Realizar el contrato de la empresa proveedora de Internet y Páginas Web | Realizar la identificación y cotización de los precios ofrecidos por las diferentes empresas proveedoras del sistema informático. | Gerente | Las actividades programadas tienen un costo de \$4.050 | El servicio será ilimitado | Diseñar página WEB para la empresa. Contratar proveedor de Internet. Establecer los medios de pago. Contratar página para publicidad en banner en páginas Web. Este espacio publicitario está compuesto de 3 créditos (Máximo 3 banners rotando) (300 X 5) | Que la empresa cuente con un sistema tecnológico de ventas de equipos tecnológicos |

Nota. Elaborado por: Autora

Objetivo estratégico No. 4

Elaborar un plan de publicidad y promoción para ofrecer servicios para la prestación de servicio de Internet y venta de accesorios de computación utilizando los mejores recursos humanos y la tecnología actual, para brindar un servicio oportuno y de calidad

PROBLEMA

En la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON, no existen promociones que sirvan de incentivo en la compra de los productos para los clientes.

META

Lograr que las promociones sean permanentes, las misma que permitan utilidades eficientes en la compra de productos y obtener mayor acogida de clientes en el uso de internet en la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON.

POLÍTICA

Conseguir un alto nivel de clientes, para que realicen la adquisición de productos en sus diferentes marcas en la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON.

Las promociones se darán en base a las necesidades que se les presentan a los clientes

ESTRATEGIA

Se emitirán cupones para la compra de servicios de Internet y la compra de equipos técnicos para los fines del programa promocional. Estas promociones están dirigidas a clientes habituales por un lado y clientes ocasionales por otro, también en los medios de mayor difusión.

Diseñar llaveros, gorras camisas, con logotipo de la empresa, etc.

TÁCTICAS

Las promociones se realizarán durante todo el año y se informará a todos los empleados sobre estos paquetes promocionales ya que se utilizarán los medios más vistos y leídos y los clientes también estarán al tanto de estas promociones.

RESPONSABLE

El Gerente de la empresa

ACTIVIDADES

Correr la voz por medios de panfletos y los predominantes medios de comunicación de la ciudad.

Informar a los clientes sobre beneficios y premios.

Gráfico 12: Cupones de Descuento



Gráfico 13: Llaveros



Gráfico 14:Gorras



Gráfico 15:Camisetas



Tabla 29.

Presupuesto del objetivo

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|-----------|----------|----------------|----------------|
| Papelería | 4000 | \$ 0,15 | \$600 |
| Llaveros | 100 | \$ 2 | \$200 |
| Gorras | 100 | \$ 5 | \$500 |
| Franelas | 200 | \$10 | \$2000 |
| TOTAL | | | \$3.300 |

Nota. Elaborado por: Autora

Tabla 30.

Matriz de operatividad

| OBJETIVO: Mantener precios estables a través de promociones | | | | | | | |
|---|---|---|-------------|--|--------|---|----------------------|
| META | TÁCTICA | POLÍTICA | RESPONSABLE | PRESUPUESTO | TIEMPO | ACTIVIDADES | RESULTADO |
| Otorgar promociones a los clientes que adquieran un producto o servicio en la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON, para incentivar la compra. | Las promociones se realizarán durante todo el año y se informará a todos los empleados sobre estos paquetes promocionales ya que se utilizarán los medios más vistos y leídos y los clientes también estarán al tanto de estas promociones. | Conseguir un alto nivel de clientes, por medio de la publicidad, para que adquieran los productos y ocupar el servicio de internet en la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON. Las promociones se darán a los clientes que ocupen más de una hora de internet en la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON. | Gerente | Las actividades programadas tienen un costo de \$3.300 | Un año | Correr la voz por medios de panfletos y los predominantes medios de comunicación de la ciudad. Informar a los clientes sobre beneficios y premios. | Precios competitivos |

Nota. Elaborado por: Autora

Resumen:

El coste general de los objetivos estratégicos expuestos, se resumen, así:

Tabla 31

Coste general del presupuesto de objetivos estratégicos

| ACTIVIDAD | COSTO ANUAL |
|---------------------------|-------------|
| Objetivo Estratégico N° 1 | \$80 |
| Objetivo Estratégico N° 2 | \$810 |
| Objetivo Estratégico N° 3 | \$4,050 |
| Objetivo Estratégico N° 4 | \$3,300 |
| | \$8,240 |

Nota. Elaborado por: Autora

Fuentes de financiamiento

El financiamiento para la ejecución de este objetivo se reflejará en la partida anual de AUDIO y VIDEO JEFFERSON.

8. Conclusiones

- La Empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”, no cuenta con una visión y misión definida lo que ha originado que esta no tenga un rumbo definido.
- Mediante el análisis interno de la Empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”, se realizó el diagnóstico de esta en las condiciones actuales que se encuentra.
- Con el estudio realizado se ha determinado la Visión y Misión de la Empresa lo cual ayudará a dirigir de mejor forma el destino de la Empresa.
- El Plan Estratégico para implementar en el presente proyecto consiste en seleccionar y realizar los respectivos contratos con los medios de comunicación de mayor circulación, sintonía y cobertura que permita dar a conocer el producto y servicios que ofrece la Empresa.
- El análisis situacional realizado, permitió notar que AUDIO & VIDEO JEFFERSON, no tiene establecido una misión, visión, valores, objetivos; que sean reconocida por los individuos que trabajan, que permitan orientarse en sentido de su implementación y obtención de su propósito futuro.

9. Recomendaciones

- Adquirir un conocimiento previo de los cambios que puedan surgir dentro de la competencia tomando en cuenta las oportunidades y amenazas que la empresa podría recibir siendo estos factores determinantes para el éxito de la empresa.
- Incorporar la planificación estratégica, como un elemento principal en su gestión administrativa para su manejo administrativo y gerencial.
- En la implementación del plan estratégico propuesto, es necesario controlar permanentemente los indicadores de gestión para determinar si el plan está logrando las metas establecidas.
- Que el personal que labora en la Empresa tenga una mayor experiencia tanto en la atención al cliente y un conocimiento amplio en el manejo del servicio de internet y demás implementos
- Realizar reuniones mensuales, difundir los valores organizacionales y fortalecer la comunicación organizacional.
- Organizar encuestas semestrales para conocer los inconvenientes y disconformidades que encuentran los empleados en sus actividades diarias, y darles las soluciones correspondientes.
- Se recomienda tener en cuenta las oportunidades y las amenazas que existen porque tienen un impacto directo en el éxito o el fracaso de la empresa.

10. Bibliografía

- Araque Salazar, M., y Cruz Vinueza, L. (2014). *Planificación estratégica de la empresa AICA*. Sangolqui: Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Corvo., H. S. (20 de FEBRERO de 2021). *Lifeder*. Lifeder.:
<https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>.
- D'Alessio, F. A. (2014). *Planeamiento Estratégico Razonado: Aspectos Conceptuales y Aplicados*. . Lima, Perú: Pearson.
- D'Alessio, F. A. (2015). *El proceso estratégico: un enfoque de Gerencia (3a ed. rev.)*. Lima, Perú: Pearson.
- Helmut Sy Corvo. (20 de FEBRERO de 2021). *ANALISIS DE LA OFERTA*. (Helmut Sy Corvo) ANALISIS DE LA OFERTA.
- INEC. (2021). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. . Ecuadorencifra:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Johnson, G. (2006). *Dirección estratégica*. Madrid: Pearson Educación.
- Kotler & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Pedrós & Gutiérrez, A. M. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Altair.
- Quinto, y Barrera, T. (2018). *Propuesta de plan estratégico de venta aplicado a la empresa Centro de Reuniones, ciudad Guayaquil*. Quito: (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Roldán, P. N. (07 de ENERO de 2017). *Economipedia.com*. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/bien-complementario.html>
- Shuliana, M. (2022). *Plan estratégico para la empresa "Solution Machine" Cía Ltda., del cantón Quito, provincia de Pichincha durante el periodo 2021-2025*.
- Vaca, P. E. (2018). *Eliminación de la tercerización en el Ecuador y su impacto en las tasas de desempleo y subempleo de la ciudad de Guayaquil. Período 2008-2016*. Guayaquil: (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).

11. Anexos

Anexo 1. Entrevista al gerente de la empresa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

Entrevista al gerente de la empresa “Audio y Video Jefferson” de la ciudad de Catamayo
Provincia de Loja

Pregunta No. 1. ¿En qué año inicio su empresa?

Pregunta No. 2. ¿La Empresa dispone de una misión y visión definidas?

Pregunta No. 4. ¿Cuenta su Empresa con un Plan Estratégico

Pregunta No. 5. ¿La empresa dispone con un organigrama o manual de funciones?

Pregunta No. 6. ¿Realiza actividades promocionales en su empresa? ¿Cuáles son?

Pregunta No. 7. ¿Qué fortalezas usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 8. ¿Qué debilidades usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 9. ¿Qué oportunidades usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 10. ¿Qué amenazas usted considera que tiene la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 11. ¿La empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON” cuenta con una página web?

Pregunta No. 12. ¿La empresa dispone de equipos adecuados para realizar las tareas?

Pregunta No. 13. ¿Qué tiempo de uso tienen los equipos de computación?

Pregunta No. 14. ¿La empresa cuenta con un departamento de mantenimiento?

Pregunta No.15. ¿su empresa que tipo de equipos tiene para dar un servicio?

Pregunta No.16. ¿Tiene reglamento aprobado?

Pregunta No.17. ¿Cuándo requiere usted la contratación de personal tiene un proceso establecido?

Anexo 2. Encuesta dirigida a los clientes de la empresa



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

Encuesta dirigida a los clientes de la empresa “Audio y Video Jeffersson” de la ciudad de Catamayo Provincia de Loja

Pregunta No. 1. ¿Cómo considera usted la atención al cliente que ofrece la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON?

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------------|------------------|----------|
| Excelente | | |
| Muy Bueno | | |
| Bueno | | |
| Regular | | |
| TOTAL | | |

Pregunta No. 2. ¿Cómo considera usted el trabajo y cumplimiento en la entrega de trabajos que realiza la Empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON?

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------------|------------------|----------|
| Excelente | | |
| Bueno | | |
| Malo | | |
| TOTAL | | |
| | | |

Pregunta No. 3. ¿Ha tenido algún problema con el servicio que ofrece la empresa?

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------------|------------------|----------|
| SÍ | | |
| NO | | |
| TOTAL | | |

Pregunta No. 4. ¿Qué tipos de beneficios le gustaría recibir por parte la empresa?

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------------|------------------|----------|
| Promociones | | |
| Descuentos | | |
| TOTAL | | |

Pregunta No. 5. ¿De acuerdo con su criterio la ubicación de la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON es?

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------------|------------------|-------------|
| Excelente | | |
| Muy Buena | | |
| Buena | | |
| TOTAL | | 100% |

Pregunta No. 6. ¿Cree usted que los precios establecidos de los servicios o productos, por la empresa, ¿son accesibles?

Cuadro No. 13

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|-----------------------|-----------|---|
| totalmente de acuerdo | | |
| en desacuerdo | | |
| TOTAL | | |

Pregunta No. 7. ¿Cree usted que la situación económica influye para adquirir un servicio o producto?

Cuadro No. 15

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 87 | 39% |
| NO | 135 | 61% |
| TOTAL | 222 | 100% |

Pregunta No. 8. ¿Considera que la empresa tiene un buen ambiente de trabajo?

Cuadro No. 16

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | | |
| NO | | |
| TOTAL | 222 | 100% |

Pregunta No. 9. ¿Se siente satisfecha (o) con los servicios de uso de las computadoras?

Cuadro No. 17

| ALTERNATIVA | RESPUESTA | % |
|----------------|-----------|---|
| Muy Satisfecha | | |
| Satisfecha | | |
| No satisfecha | | |
| TOTAL | | |

Anexo 3. Entrevista dirigida a los empleados de la empresa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

Entrevista dirigida a los empleados de la empresa “Audio y Video Jefferson” de la ciudad de Catamayo Provincia de Loja

Objetivo de la encuesta: recopilar información que servirá para la elaboración de la tesis denominada “Plan estratégico para la empresa AUDIO Y VIDEO JEFFERSON en la Ciudad de Catamayo Provincia de Loja, periodo 2022-2027”.

Pregunta No. 1. ¿Qué grado de instrucción usted tiene?

Pregunta No. 2. ¿Qué tiempo de trabajo tiene en la empresa?

Pregunta No. 3. ¿Conoce usted la misión y la visión de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 4. ¿Conoce cuáles son los objetivos y políticas de la empresa “AUDIO Y VIDEO JEFFERSON”?

Pregunta No. 5. ¿La empresa cuenta con un plan de capacitación o inducción?

Pregunta No. 6. ¿Desea ser capacitado?

Pregunta No. 7. ¿considera que la relación con su compañero de trabajo es buena?

Pregunta No. 8. ¿El sueldo que usted percibe por las labores que realiza dentro de la empresa satisface sus necesidades?

Pregunta No. 9. ¿Ofrece algún tipo de incentivo a los clientes?

Pregunta No. 10. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones y procedimientos?

Anexo 4.



Lic. Mónica Guarnizo Torres.
SECRETARIA DE "BRENTWOOD LANGUAGE CENTER"

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del trabajo de titulación denominado "PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA AUDIO Y VIDEO JEFFERSONA EN LA CIUDAD DE CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA PERÍODO 2022-2027", de la estudiante JESSENIA ELIZABETH ASADOBAY TORRES, con cédula de identidad No. 1105411688, egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autoriza a la interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Loja, 21 de junio de 2023

Lic. Mónica Guarnizo Torres
SECRETARIA DE B.L.C.

