



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA  
EMPRESA S&S SINMALEZA SÁNCHEZ CÍA. LTDA., EN LA CIUDAD DE  
GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023”

**AUTORES:**

AGUILAR BAYAS NEISER LEOGILDO  
AREVALO AGUALONGO WILLIAN GONZALO

**DIRECTOR**  
ECO. RENÉ VILLACRÉS

**PARES ACADÉMICOS**  
ECO. CARMITA BORJA  
ECO. SERGIO FIERRO

**GUARANDA – ECUADOR  
2023**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA  
EMPRESA S&S SINMALEZA SÁNCHEZ CÍA. LTDA., EN LA CIUDAD DE  
GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023”

## **AGRADECIMIENTO**

Damos las infinitas gracias a Dios, nuestro creador del universo, por darnos la oportunidad de asistir a una institución de Educación Superior y proveernos de salud y sabiduría durante nuestro proceso de formación, así como también a nuestros padres quienes estuvieron apoyándonos en todo momento, por el inmenso sacrificio de brindarnos todo lo necesario.

A nuestro director de Tesis Eco. René Mesías Villacrés Borja, del mismo modo a nuestros pares académicos; Eco. Carmita Galudth Borja Borja y Eco. Sergio Enrique Fierro Barragán, por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su experiencia y conocimientos, por el tiempo empleado para orientarnos en este trabajo investigativo.

A la querida Universidad Estatal de Bolívar por acogernos en sus cálidas aulas y permitirnos ser parte de ella, del mismo modo el infinito agradecimiento a los docentes quienes fueron ejes fundamentales durante nuestro proceso de aprendizaje, quienes a su vez tuvieron la dura tarea de impartir conocimientos y ampliar nuestros horizontes.

*Neiser Aguilar y Willian Arevalo*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo dedicamos a Dios, por toda su infinita bondad por darnos salud y bienestar para poder finalizar esta etapa de nuestras vidas de manera exitosa, a nuestros padres, por habernos forjado como las personas que somos en la actualidad, muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes entre los que se incluye este, del mismo modo a nuestros familiares quienes siempre nos han estado brindado su apoyo incondicional, tanto económico y moral durante nuestro proceso de formación como profesionales.

*Neiser Aguilar y Willian Arévalo*

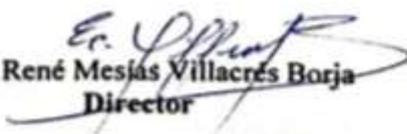
**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS****UEB**  
UNIVERSIDAD  
P.O. BOX 179 BOLIVARUNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESASFACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**

Econ. "*René Mesías Villacrés Borja*", Econ. "*Carmita Galudth Borja Borja*", Econ. "*Sergio Enrique Fierro Barragán*", en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "*Plan Estratégico para incrementar las ventas en la empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, año 2023*" desarrollado por los señores Neiser Leogilo Aguilar Bayas y Willian Gonzalo Arevalo Agualongo.

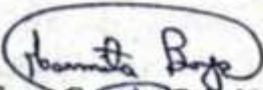
**CERTIFICAN**

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Administración de Empresas, por lo tanto, autorizamos su presentación.

Guaranda, febrero del 2024



Econ. René Mesías Villacrés Borja  
Director



Econ. Carmita Galudth Borja Borja  
Par Académico



Econ. Sergio Enrique Fierro Barragán  
Par Académico

## CERTIFICADO DE DERECHOS DE AUTOR

BIBLIOTECA  
GENERAL

## DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **Arevalo Agualongo Willian Gonzalo** y **Aguilar Bayas Neiser Leogildo** portadores de la Cédula de Identidad No **0202432878** y **0202464152**. En calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Plan Estratégico para incrementar las ventas en la empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.**, en la ciudad de **Guaranda**, provincia **Bolívar**, año **2023**, modalidad **Trabajo de Integración Curricular**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arevalo', with a large, sweeping flourish underneath.

Arevalo Agualongo Willian Gonzalo

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aguilar Neiser', with a large, sweeping flourish underneath.

Aguilar Bayas Neiser Leogildo

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
CAPÍTULO I.....	4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	4
1.1 Descripción del Problema .....	4
1.2 Formulación del Problema .....	5
1.3 Preguntas de Investigación.....	5
1.4 Justificación.....	5
1.5 Objetivos: .....	7
1.5.1 Objetivo General .....	7
1.5.2 Objetivos Específicos.....	7
1.6 Variables .....	7
1.6.1 Operacionalización de las Variables .....	8
CAPÍTULO II .....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Antecedentes .....	9
2.2 Marco Científico .....	16
2.3 Marco Conceptual .....	23
2.4 Marco Legal .....	25
2.5 Marco Georreferenciar .....	32
CAPÍTULO III.....	34
METODOLOGÍA .....	34
3.1 Tipos de Investigación .....	34
3.2 Enfoque de la Investigación .....	35
3.3 Métodos de Investigación .....	35
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos .....	36
3.5 Universo, Población y Muestra .....	36
3.6 Procesamiento de la Información.....	37
CAPITULO IV.....	38

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.....	38
4.1.1 DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	55
4.1.2 Entrevista.....	56
CAPITULO V .....	58
PROPUESTA.....	58
1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COMPAÑÍA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.....	59
1.1 Antecedentes .....	59
1.2 Productos que Comercializa.....	60
1.3 Proveedores .....	63
1.4 Clientes.....	63
1.5 Comercialización.....	63
1.6 Competencia.....	64
2. Análisis de la Situación Actual de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. 64	
2.1 Análisis Interno .....	64
2.2 Análisis Externo .....	67
Matriz de Michael Porter .....	67
2.3 Análisis FODA.....	69
2.3.1 Matriz de Impacto .....	70
2.3.1.1 Matriz de Impacto Interno.....	70
2.3.1.2 Matriz de Impacto Externo.....	72
2.3.2 Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas.....	74
2.3.3 Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades .....	76
2.3.4 Matriz Priorizada FODA.....	78
2.3.5 ESTRATEGIAS DEL FODA CRUZADO .....	80
3. Propuesta del Plan Estratégico .....	81
3.1 Misión y Visión.....	81
3.2 Misión y Visión Propuestas .....	84
3.3 Objetivo Propuesto.....	84
3.4 Propuesta del Organigrama .....	85

3.4.2 Propuesta del Manual de Funciones.....	86
3.5 Políticas.....	93
3.6 Principios.....	94
3.7 Valores.....	95
4. Estrategias.....	95
4.1 Plan Táctico Operativo.....	95
4.1.1 Plan Área Financiera.....	96
4.1.2 Plan Área Operativa.....	97
4.1.3 Plan Área Comercial.....	97
4.3 Evaluación de las Estrategias.....	100
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS.....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Operacionalización de las Variable .....	8
<b>Tabla 2:</b> Trabajadores de S&S Sinmaleza.....	36
<b>Tabla 3:</b> Conocimiento del Plan Estratégico.....	38
<b>Tabla 4:</b> La Compañía cuenta con un Plan Estratégico .....	39
<b>Tabla 5:</b> La Compañía cuenta con su Misión y Visión.....	40
<b>Tabla 6:</b> La Compañía cuenta con Valores Institucionales.....	41
<b>Tabla 7:</b> La Compañía tiene definido sus objetivos.....	42
<b>Tabla 8:</b> La Compañía cuenta con políticas .....	43
<b>Tabla 10:</b> La Compañía cuenta el organigrama funcional .....	45
<b>Tabla 11:</b> La Compañía cuenta con estrategias de venta .....	46
<b>Tabla 12:</b> La Compañía cuenta con un sistema para llevar el control del personal .....	47
<b>Tabla 13:</b> La Compañía cuenta con un sistema para planificar y brindar sus servicios.....	48
<b>Tabla 14:</b> La Compañía cuenta con un sistema de control de inventario .....	49
<b>Tabla 15:</b> La Compañía cuenta con un sistema de control de las cuentas .....	50
<b>Tabla 16:</b> La Compañía cuenta con la infraestructura adecuada .....	51
<b>Tabla 17:</b> Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico.....	52
<b>Tabla 18:</b> Elaboración del Plan Estratégico conjuntamente con los miembros de S&S .....	53
<b>Tabla 19:</b> El Plan Estratégico ayudara a una gestión administrativa eficiente ....	54
<b>Tabla 20:</b> Análisis Interno.....	66
<b>Tabla 21:</b> Análisis Externo.....	67
<b>Tabla 22:</b> 5 Fuerzas de Michael Porter .....	68
<b>Tabla 23:</b> FODA.....	69
<b>Tabla 24:</b> Matriz de impacto Interno.....	71
<b>Tabla 25:</b> Matriz de impacto Externo .....	73
<b>Tabla 26:</b> Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas .....	75
<b>Tabla 27:</b> Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades .....	77
<b>Tabla 28:</b> Matriz Priorizada FODA .....	78
<b>Tabla 29:</b> FODA Cruzado Estrategias .....	80

<b>Tabla 30:</b> Interrogantes de la Misión .....	82
<b>Tabla 31:</b> Interrogantes de la Visión .....	83
<b>Tabla 32:</b> Manual de Funciones Gerencia.....	86
<b>Tabla 33:</b> Manual de Funciones Gerencia.....	87
<b>Tabla 34:</b> Manual de Funciones Secretaria .....	88
<b>Tabla 35:</b> Manual de Funciones Talento Humano .....	89
<b>Tabla 36:</b> Manual de Funciones Financiero .....	90
<b>Tabla 37:</b> Manual de Funciones Operativa .....	91
<b>Tabla 38:</b> Manual de Funciones Comercial .....	92
<b>Tabla 39:</b> Plan Área Administrativa.....	95
<b>Tabla 40:</b> Plan Área Financiera.....	96
<b>Tabla 41:</b> Plan Área Operativa.....	97
<b>Tabla 42:</b> Plan Área Comercial.....	97
<b>Tabla 43:</b> Presupuesto y Cronograma de las Estrategias .....	99
<b>Tabla 44:</b> Evaluación de las Estrategias.....	100
<b>Tabla 45:</b> Cronograma de Gantt.....	110
<b>Tabla 46:</b> Presupuesto Ejecutado .....	112

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Modelo de Plan Estratégico FODA .....	20
<b>Figura 2:</b> Mapa del Ecuador.....	32
<b>Figura 3:</b> Mapa de la Provincia Bolívar .....	32
<b>Figura 4:</b> Mapa del Cantón Guaranda.....	33
<b>Figura 5:</b> Ubicación de la Empresa S&S .....	33
<b>Figura 6:</b> Conocimiento del Plan Estratégico .....	38
<b>Figura 7:</b> La Compañía cuenta con un Plan Estratégico .....	39
<b>Figura 8:</b> La Compañía cuenta con su Misión y Visión .....	40
<b>Figura 9:</b> La Compañía cuenta con Valores Institucionales .....	41
<b>Figura 10:</b> La Compañía tiene definido sus objetivos .....	42
<b>Figura 11:</b> La Compañía cuenta con políticas .....	43
<b>Figura 12:</b> La Compañía cuenta con el organigrama estructural .....	44
<b>Figura 13:</b> La Compañía cuenta con el organigrama funcional.....	45
<b>Figura 14:</b> La Compañía cuenta con estrategias de venta.....	46
<b>Figura 15:</b> La Compañía cuenta con un sistema para llevar el control del personal .....	47
<b>Figura 16:</b> La Compañía cuenta con un sistema parara planificar y brindar sus servicios.....	48
<b>Figura 17:</b> La Compañía cuenta con un sistema de control de inventario .....	49
<b>Figura 18:</b> La Compañía cuenta con un sistema de control de las cuentas.....	50
<b>Figura 19:</b> La Compañía cuenta con la infraestructura adecuada.....	51
<b>Figura 20:</b> Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico .....	52
<b>Figura 21:</b> Elaboración del Plan Estratégico conjuntamente con los miembros de S&S .....	53
<b>Figura 22:</b> El Plan Estratégico ayudara a una gestión administrativa eficiente...	54
<b>Figura 23:</b> Distribución de Planta .....	59
<b>Figura 24:</b> Periódico.....	60
<b>Figura 25:</b> Revistas .....	61
<b>Figura 26:</b> Libros .....	62

**ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo A:</b> Cronograma (Gantt) .....	110
<b>Anexo B:</b> Presupuesto Ejecutado.....	112
<b>Anexo C:</b> Encuesta .....	113
<b>Anexo D:</b> Entrevista .....	115
<b>Anexo E:</b> Visita a las instalaciones de la Compañía .....	116
<b>Anexo F:</b> Modelo de tienda Online .....	116
<b>Anexo G:</b> Modelo de Red Social Facebook .....	117
<b>Anexo H:</b> Modelo de las Promociones .....	117
<b>Anexo I:</b> Modelo de un Sistema Contable - .....	118
<b>Anexo J:</b> Modelo de Sistema de Control de Inventario (PEPS).....	118
<b>Anexo K:</b> Modelo de Sistema SOFYA .....	119
<b>Anexo L:</b> Modelo de Spot Publicitario.....	119
<b>Anexo M:</b> Socialización de la propuesta del Plan Estratégico .....	120
<b>Anexo N:</b> Carta de Aceptación de la Empresa .....	121
<b>Anexo O:</b> Certificado de Turnitin.....	122
<b>Anexo P:</b> Captura del Turnitin .....	123

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación desarrollado en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, al no disponer de un Plan Estratégico, se vio la necesidad de proponer dentro de la compañía, con la finalidad de que se plantee los objetivos estratégicos que permitirá el éxito empresarial a largo plazo.

El principal motivo de esta investigación es conocer y dar solución a los problemas existentes dentro de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ya que ha disminuido la comercialización de sus productos y esta no es muy rentable para solventar las necesidades que lo requieran.

**Capítulo I.-** En este punto trata específicamente, la formulación General del Proyecto, lo cual es la descripción del problema y formulación del problema, así como también las preguntas de investigación, justificación, objetivos generales, específicos y a su vez la Operacionalización de las variables.

**Capítulo II.-** Mientras que en este punto se desarrolló el marco teórico, antecedentes investigativos, científico, conceptual, legal y Geo referencial, las cuales fueron de mucha ayuda para la presente investigación.

**Capítulo III.-** En este capítulo se menciona la metodología utilizada en el trabajo investigativo, se utilizó la investigación descriptiva, cualitativa, investigación de campo; y a su vez se estableció métodos como el método inductivo, deductivo y analítico, para la recopilación de la información se procedió a la utilización de tres técnicas elementales como son la encuesta, entrevista y la observación.

**Capítulo IV.-** En este punto se procedió a la respectiva interpretación de los resultados y también se desarrolló la discusión de la misma, mediante la encuesta y la entrevista aplicados a todo el personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

**Capítulo V.-** Para finalizar el último capítulo trata de la propuesta del Plan Estratégico, diseñado para la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., dándose a conocer el diagnóstico y la situación actual de la compañía, así como también las estrategias que se llevarán a cabo dentro de la misma.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de proponer un Plan Estratégico para incrementar las ventas, en la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina en la compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., se planteó el problema de la siguiente manera: ¿Cómo influye el Plan Estratégico para el incremento de las ventas en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023? De la misma forma se estableció el Objetivo General: Proponer un Plan Estratégico para el incremento de las ventas en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023. Para el eficaz desarrollo de este trabajo se utilizaron los métodos cuantitativo y cualitativo, por otra parte se empleó los instrumentos y técnicas e investigación, como la encuesta dirigida a todo el personal de S&S, mientras que la entrevista se aplicó al Gerente General de la compañía, en cuanto a los análisis e interpretación de los resultados obtenidos se determinó que es necesario la implementación del Plan Estratégico que permitirán el mejoramiento e incremento de la comercialización de sus productos, y a su vez el Direccionamiento Estratégico: Misión, Visión, Valores, Políticas y Principios, permitiendo a quienes conforman S&S tengan conocimiento de cuál es la razón de ser de la compañía, y así involucrándoles en un ambiente participativo, ya que gracias a todos estos elementos se espera tener cambios significativos, brindando soluciones a los problemas existentes y así alcanzar el éxito deseado.

**Palabras Clave:** Compañía, Plan Estratégico, Empresa, Estrategias, Objetivos, Gestión, Análisis Situacional.

## ABSTRACT

The present research work has the purpose of proposing a Strategic Plan to increase sales in the commercialization of books, newspapers, magazines and office supplies in the company S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda; the problem was posed as follows: How does the Strategic Plan influence the increase of sales in the company S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. in the city of Guaranda, Bolivar Province, year 2023? In the same way, the General Objective was established: To propose a Strategic Plan for the increase of sales in the Company S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. in the city of Guaranda, Bolívar Province, year 2023. For the effective development of this work the quantitative and qualitative methods were used, on the other hand the instruments and techniques and investigation were used, such as the survey directed to all the S&S personnel, while the interview was applied to the General Manager of the company, as for the analysis and interpretation of the obtained results it was determined that it is necessary the implementation of the Strategic Plan that will allow the improvement and increase of the commercialization of its products, and at the same time the Strategic Directioning: Mission, Vision, Values, Policies and Principles, allowing those who make up S&S to have knowledge of what is the *raison d'être* of the company, and thus involving them in a participatory environment, since thanks to all these elements it is expected to have significant changes, providing solutions to existing problems and thus achieve the desired success.

**Key Words:** Company, Strategic Plan, Strategies, Objectives, Management, Situational Analysis.

## **CAPÍTULO I**

### **FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

#### **1.1 Descripción del Problema**

La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., fue fundada el 14 de enero del 2004 en la ciudad de Guaranda, es una Empresa mayorista que se ha dedicado a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina en la ciudad de Guaranda, desde sus inicios ha tenido una gran acogida y un elevado volumen de ventas, logrado así posicionarse en el mercado, alcanzando la solidez en sus actividades socioeconómicas.

En la actualidad la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ha disminuido el 30.72% en la venta de libros, periódicos, revistas, mientras que la comercialización en los materiales de oficina se mantuvieron he incluso han ido incrementando sus ventas, la principal razón a este cambio repentino se debe a la pandemia del COVID-19, la cual ha generado nuevos y múltiples desafíos para esta compañía.

Los factores que influyen negativamente en la Compañía &S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., para la distribución y ventas de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina, se debe a la falta de estrategias, lo cual permite fortalecer la gestión de la Empresa y a su vez desarrollar los procesos comerciales de manera eficaz.

El problema radica en que la compañía ya mencionada anteriormente no cuenta con un Plan Estratégico el cual es una herramienta indispensable para la Planificación de la Empresa y esta a su vez permite establecer una misión, visión, objetivos, valores y establecer un direccionamiento empresarial a los resultados a conseguir.

Es por ello que la falta de un Plan Estratégico, imposibilita el desarrollo de estrategias de ventas para un incremento del mismo, y más aún cuando hoy en día lo que necesita es recuperar su número de ventas iniciales, estabilidad económica, reconocimiento y liderazgo en el mercado y a su vez la elaboración de la Misión, Visión, Objetivos y Valores que son necesarios para un buen funcionamiento de la compañía.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cómo influye el Plan Estratégico para el incremento de las ventas en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023?

## **1.3 Preguntas de Investigación**

- ¿La Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., no dispone de un Plan Estratégico?
- ¿En la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., no se han establecido misión, visión objetivos y valores?
- ¿En la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., no se han establecido estrategias de comercialización?

## **1.4 Justificación**

La realización de la tesis se evidencia por la apertura y la realidad actual de la Compañía &S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ya que el tema de investigación propuesto es propio de nosotros mismos, puesto que no existen reseñas respecto al tema planteado, mediante el cual se considerara que será una investigación única y acertada.

La importancia de aplicar el Plan Estratégico en la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., permitirá proponer una visión, misión, objetivos, valores y estrategias claras que ayudará al cumplimiento de las metas empresariales y por ende lograr mejores resultados tanto en las estrategias de venta como en la Operacionalización de sus productos.

Previo al planteamiento del tema de investigación se pudo evidenciar que es viable, porque se cuenta con la apertura del propietario de la empresa, así como son los recursos tecnológicos, económicos y materiales necesarios para el levantamiento de la información.

La temática propuesta permitirá ofrecer beneficios sociales por cuanto muchas personas se beneficiaran del mismo, al igual que el propietario porque le permitirá establecer estrategias con el fin de aumentar sus niveles de competitividad en los próximos años.

También tendrán beneficios económicos ya que la empresa, repercutirá en el incremento financiero de la institución, es decir a sus distribuidores ya que la mayoría de ellos son pequeñas empresas las cuales sostienen económicamente a sus hogares y a su vez aportan mediante sus subsidios a la economía del Ecuador.

A su vez el Plan Estratégico está enfocado en la línea de investigación de desarrollo local, empresas y territorios, lo que permitirá mejorar sus actividades empresariales ya sea de manera directa e indirecta al progreso tanto social como económico.

Por esta y muchas más razones el presente tema de investigación se acoge a la ejecución del Plan Estratégico, con la intención que la comunidad misma sea beneficiada, ya que gracias al incremento de las ventas generará puestos de trabajo.

## **1.5 Objetivos:**

### ***1.5.1 Objetivo General***

Proponer un Plan Estratégico para el incremento de las ventas en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023.

### ***1.5.2 Objetivos Específicos***

- Desarrollar un diagnóstico situacional de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
- Realizar un análisis FODA para estudiar todos los factores posibles de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
- Proponer el Plan Estratégico para la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., enfocándose en la misión, visión, objetivos y valores de la Compañía.

## **1.6 Variables**

- **Variable Dependiente:** Ventas
- **Variable Independiente:** Plan Estratégico.

### 1.6.1 Operacionalización de las Variables

**Tabla 1:** Operacionalización de las Variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE				
Independiente	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Técnica o Instrumento
<b>Plan Estratégico</b>	(Pursell, 2022) nos menciona que es un manuscrito en el que se detallan las estrategias y cualidades que se van a realizar en el departamento comercial.	Estrategias	Corporativa Competitiva Funcional	Entrevista al Ing. Luis Mesías Sinmaleza, Gerente – Propietario de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
		Departamento Comercial	Dirección Recursos Humanos Ventas Contabilidad y Finanzas	Entrevista al Ing. Luis Mesías Sinmaleza, Gerente – Propietario de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
Dependiente	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Técnica o Instrumento
<b>Ventas</b>	Según (Romero, 2022) nos dice que es la actividad realizada mediante un proceso de ventas al momento de vender un bien o servicio a cambio de dinero de acuerdo a los tipos de venta que se aplique.	Proceso de ventas	Educativo Medible Previsible	Encuesta – cuestionario aplicado a los empleados y clientes de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
		Tipos de venta	Venta directa Venta indirecta Venta personal Venta online	Encuesta – cuestionario aplicado a los empleados y clientes de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

Previo a la propuesta del tema sobre “PLAN ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA EMPRESA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.” se pudo evidenciar que este tema varios de los autores ya han elaborado temáticas como veremos a continuación:

**Tema:** PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA “SAN PABLO DE TARUGO” CANTÓN CHONE PERÍODO 2018-2022.**Autores:** MARÍA SELENA CHICA CHICA & ELVIS JOSUÉ MENDOZA LOOR. **Editorial:** repositorio.espam.edu.ec

Los autores plantean el **problema** de la siguiente manera.

Tradicionalmente las empresas se fundan mostrando la satisfacción de una necesidad básica, una idea y presentando junto a ella un producto o servicio, pero la gestión empírica funciona sólo parcialmente o muestra deficiencias durante el ciclo de vida de la empresa. Se refiere a la falta de una herramienta administrativa que oriente los esfuerzos de la organización hacia un horizonte específico. En el entorno empresarial actual, la flexibilidad y la innovación son cualidades indispensables para sobrevivir en un mercado cada vez más ajustado que requiere planes más estructurados y mejor centrados en las necesidades de los clientes. En Ecuador la situación es bastante similar, hay empresas que desarrollan sus actividades organizacionales sin dirección estratégica, plan de acción y sin utilizar todos los medios necesarios para alcanzar la meta trazada. Al carecer de una estrategia adecuada, estas organizaciones carecen de una dirección empresarial clara y no intentan definir claramente sus políticas y objetivos. Cabe señalar que la Compañía necesita crear su propio horizonte organizacional, pues a lo largo de los años ha estado operando sin una misión, visión y objetivos de negocio. Las razones por las que no existe una planificación estratégica se deben a la falta de una herramienta de gestión que permita el uso eficiente de los recursos. (Loor & Mendoza, 2018).

Los autores plantean como **Objetivo General** lo siguiente:

“Elaborar un Plan Estratégico aplicable a la Empresa “San Pablo de Tarugo” del cantón Chone para el periodo 2018-2022” (Loor & Mendoza, 2018).

Como **Objetivos Específicos** detallan los siguientes:

“Realizar un diagnóstico situacional actual que determine el estado organizativo inicial de la Empresa San Pablo de Tarugo”.

“Desarrollar la evaluación del ambiente interno y externo que determine los factores críticos de éxito de la empresa”.

“Proponer un Plan Estratégico aplicable en la Empresa San Pablo de Tarugo” (Loor & Mendoza, 2018).

Los autores **concluyen** la necesidad de implementar planes estratégicos, porque permite incrementar las ventas tomar mejores decisiones entre otros, a continuación veamos algunas de las **conclusiones** que han establecido:

La evaluación del entorno de la pequeña empresa se realizó con matrices preparadas, lo que generó mayores efectos negativos en la gestión empírica en factores internos, porque las habilidades organizacionales son fundamentales, pero los procesos técnicos de producción son parte de los aspectos la mayoría Grandes beneficios, mientras que el sector exterior ve la competencia industrial y el aumento de los costes de adquisición de maquinaria como factores que frenan el crecimiento progresivo.

A partir de la aplicación de la matriz FODA combinada se diseñaron estrategias claras, sólidas y sustentables, destacando: incrementar la producción de almidón de yuca con insumos de mayor calidad; garantizar un proceso productivo con reconocimiento de valor agregado y calidad; promueve la investigación y el desarrollo relacionados con la gestión de nuevos centros de distribución, que se presenta sistemáticamente en el plan de acción (Loor & Mendoza, 2018).

**Tema:** DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA INGENIERÍA C&C CONSTRUCTIONS CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS. **Autor:** DANIELA ANDREINA HOLGUÍN ALVARADO.

**Editorial:** repositorio.pucese.edu.ec

El autor plantea el **problema** de la siguiente manera.

“En particular, las Pymes tienen limitadas oportunidades de gestión, fragmentación empresarial, informalidad, falta de capital de trabajo oportuno, falta de planificación estratégica, uso insuficiente de la tecnología, falta de responsabilidad social. Tanto las pymes como las medianas empresas necesitan una planificación estratégica en su gestión. Oficina de ingeniería CandC Construcciones Cía. Limitado.

Tiene alrededor de dos años en el mercado Esmeralda, actualmente no existe un plan estratégico definido para apoyar la gestión administrativa, salvo la certificación y reconocimiento de los procesos administrativos para el desarrollo de la organización: misión, visión, metas y estrategias. , estas líneas son medidas para lograr un mayor desarrollo de la economía local. La falta de planificación estratégica de la empresa debilitó las oportunidades de crecimiento, la insuficiente asignación de recursos, la incapacidad de plantearse nuevos desafíos en el ámbito de la gestión y las operaciones en relación con las actividades realizadas. (Alvarado, 2020).

El autor de esta investigación plantea como **Objetivo General** lo siguiente:

“Diseñar un Plan Estratégico para la Empresa Ingeniería C&C Constructions Cía. Ltda., de la ciudad de Esmeraldas” (Alvarado, 2020).

Como **Objetivos Específicos** detalla los siguientes:

“Analizar la situación actual de la Empresa Ingeniería C&C Constructions Cía. Ltda.”.

“Describir la misión, visión, objetivos estratégicos” (Alvarado, 2020).

“Exponer las estrategias a seguir para cumplir con los objetivos de la empresa” (Alvarado, 2020).

El autor establece las siguientes **conclusiones**:

Luego del diagnóstico se realiza a la ingeniería CandC Construcciones Cía. Limitado. Era obvio que la empresa carecía de misión, visión y objetivos estratégicos, y el análisis FODA identificó varias debilidades como la falta de estrategias de marketing, la falta de un plan estratégico, por lo que no se logró el crecimiento disposición óptima.

En el plan estratégico se ha planificado la misión, se define la razón de existencia de la empresa y con qué se compromete, y la visión se refiere a las metas a largo plazo, y finalmente las metas estratégicas son las metas se desarrollan para la empresa a nivel estratégico, deben ser claros, medibles y alcanzables (Alvarado, 2020).

**Tema:** LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO ORGANIZACIONAL EN MICROEMPRESAS, CASO DE ESTUDIO: ASULIMPIEZA, EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA EL PERIODO 2020-2024. **Autores:** CHANG IBUJES JAZMIN DANIELA & FARINANGO CHIMARRO CATERINE YESENIA. **Editorial:** dspace.uce.edu.ec

Los autores plantean el **problema** de la siguiente manera.

Una buena planificación permite el logro de metas y objetivos comerciales, lo cual es una herramienta importante para las empresas que intentan sistematizar los planes y metas comerciales hacia la eficiencia y eficacia. A pesar de que es una importante herramienta empresarial, faltan modelos de planificación estratégica para pequeñas o microempresas, lo que crea lagunas de aplicación y obliga a muchas de estas pequeñas organizaciones a abandonar la planificación estratégica como herramienta.

O que no es apto y da resultados adecuados en este tipo de negocio. Si bien es cierto que los lineamientos estratégicos difieren de una empresa a otra, el panorama es diferente en las microempresas, con cambios limitados en las operaciones y procesos en términos de estructura interna y métodos operativos sigue siendo la herramienta necesaria y no hay un modelo adecuado disponible. En general, las microempresas presentan varias desventajas, como la falta de una dirección estratégica basada en la misión, visión, valores y metas de la organización, lo que provoca un completo desconocimiento de las actividades de los socios, lo que impide el logro de las metas y objetivos.

A esto se suma la falta de planificación de ventas, que impide su distribución a pequeños comercios dedicados a la misma actividad. La falta de reconocimiento a nivel local conduce a medidas radicales. Las condiciones imperantes y los factores internos y externos hacen que las microempresas busquen modelos, implementando soluciones para evitar que su organización caiga en situaciones catastróficas que, por decisiones insuficientes, impedirían su crecimiento y reconocimiento. En este sentido, queremos realizar una investigación que nos permita desarrollar pautas para el diseño de un modelo que se adapte a las necesidades y requerimientos de una microempresa y sea un referente para aquellas empresas que intentan alcanzar sus metas y objetivos apoyados en recursos administrativos. (Yesenia & Caterine, 2019).

Los autores plantean como **Objetivo General** lo siguiente:

“Establecer un modelo de planificación estratégica micro empresarial y aplicarlo a Asulimpieza, ubicada en la Ciudad de Quito (Yesenia & Caterine, 2019).

Como **Objetivos Específicos** detallan los siguientes:

“Desarrollar una investigación bibliográfica que permita sustentar las variables y lineamientos que sean aplicables a la planificación estratégica y su aplicación micro empresarial”

“Realizar un diagnóstico que permita analizar las necesidades de la microempresa y sus falencias, en el caso de la microempresa Asulimpieza”.

“Realizar una propuesta de aplicación de la planificación estratégica micro empresarial a Asulimpieza, en la Ciudad de Quito” (Yesenia & Caterine, 2019).

Los autores establecen las siguientes **conclusiones**:

La planificación estratégica es en sí misma una herramienta que permite alcanzar el objetivo institucional de ASULIMPIEZA a través de los pasos y procesos propuestos por los logros, que son el crecimiento de la organización, la identificación de recursos y el logro de una base financiera y de liquidez confiable para la misma, y el desarrollo sostenible y crecimiento económico. (Yesenia & Caterine, 2019).

Es importante que el proceso inicial de diagnóstico de la situación, deba prestar aún más atención a la adquisición y recopilación de información mediante el análisis de la norma, plan de acción e instrucciones de cada empresa que ya han estado preparado para cada una de las microempresas en este estudio de caso particular (Yesenia & Caterine, 2019).

**Tema:** “PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA INCORPORAR EL VALOR DE LA CULTURA DIGITAL NIVEL DIRECTIVO INSTITUTO HIJAS DE MARÍA AUXILIADORA EN ECUADOR”. **Autor:** LUPE JUDITH ERAZO ARCE. **Editorial:** dspace.uhemisferios.edu.ec

El autor plantea el **problema** de la siguiente manera.

El mundo de la comunicación ha cambiado y con él nuestro estilo y forma de comunicarnos. Este cambio supone cambios en las estructuras y procesos que afectan tanto a la vida personal y social como a la vida profesional, siendo hoy más que nunca necesarias habilidades para implicar y gestionar el interior de las organizaciones. Interpretando el concepto claro de comunicación interna, se puede decir que la función de toda organización es crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, utilizando diferentes métodos de comunicación que los informen, los integren y los alienten a contribuir en su trabajo. Lograr los objetivos de la organización y formar la identidad de la empresa.

En este sentido, con base en los aspectos anteriores, es necesario y oportuno proponer un plan de trabajo de comunicación interna para nuestra organización, porque de esta manera podemos crear responsabilidad común y solidaridad a nivel administrativo, que asegure logros sostenibles y una mayor fluidez y eficiencia. Su uso incluye la entrega de mensajes a destinatarios seleccionados y ventajas como velocidad, interactividad, multidifusión, sencillez, confidencialidad y economía. No basta sólo con programar, organizar y colaborar, es importante ser conscientes de la misión educativa evangelizadora a la que estamos llamados, creemos que trabajando en este campo podemos incidir y promover el cambio de la cultura comunicativa.

En este sentido, podemos intercambiar información activamente entre todos los niveles de la organización a través de la comunicación interna. Nos cuesta capacitarnos para utilizar los canales digitales, pero también creemos que las ventajas que ofrecen estos recursos nos ayudan a gestionar mejor y más oportunamente. (Erazo, dspace.uhemisferios.edu.ec, 2022).

El autor plantea como **Objetivo General** lo siguiente:

“Incorporar el valor y el uso de los medios de comunicación digitales en la cultura corporativa a través de un Plan Estratégico de comunicación interna a nivel directivo de las Hijas de María Auxiliadora en Ecuador” (Erazo, dspace.uhemisferios.edu.ec, 2022).

Como **Objetivos Específicos** detalla los siguientes:

“Identificar procesos, canales y soportes de comunicación internos que resuelven las necesidades”.

“Determinar las demandas de comunicación interna insatisfechas de los miembros de la organización”.

Medir si los distintos públicos internos de la organización han recibido los mensajes de clave (Erazo, 2022).

El autor establece las siguientes **conclusiones**:

“Implementar el plan de comunicación propuesto permitirá: 1. La mejora continua de los procesos institucionales con la finalidad de mejorar sus actividades diarias y el proceso operativo”.

“La pertinencia y operatividad adecuada de los canales internos de comunicación, evitando la ruptura de la comunicación y la pérdida de la información”.

“Diseño de estrategias comunicacionales alineadas a las estrategias corporativas fomentando el sentido de pertinencia, la participación activa de los miembros y la eficiencia institucional” (Arce, 2022).

**Tema:** “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA FRATZOCONSULTING CÍA. LTDA., UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2018 - 2022”, **Autor:** VILMA JACKELINE VALENZUELA VARAS. **Editorial:** dspace.uce.edu.ec

El autor plantea el **problema** de la siguiente manera.

La oportunidad de crecimiento del mercado en este segmento aumenta para mejorar la situación actual del país y la posición del gobierno gracias a la calidad de vida de la comunidad, por lo que la Empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda., creó una oferta de servicios para empresas estatales enfocada al plan nacional de vivienda, pero lamentablemente, su falta de una estructura orgánica definida, la falta de dirección estratégica determinaron su baja competitividad en el mercado. Esto se debe a que carece de capacidad estratégica al no existir un modelo de gestión enfocado a maximizar su propuesta de valor.

Otro problema identificado es la falta de predicción de eventos futuros debido a que la empresa cuenta con un capital humano que no está consciente del rumbo de la misión, visión y filosofía organizacional de la empresa, debido a que sus líderes no han implementado un proceso de transferencia filosófica adecuado para los empleados.

La empresa no cuenta con empleados que hayan recibido capacitación en gestión estratégica, por lo que técnicamente carecen de estrategias, procesos y procedimientos para la toma de decisiones, lo que significa falta de planificación estratégica, por lo que es necesario brindarles información especial de planificación. La falta de comunicación entre los gerentes y sus colegas exacerba el problema, limitando la capacidad de la empresa para combatir las amenazas ambientales y aprovechar las oportunidades existentes. Cabe resaltar que si FRATZOCONSULTING Cía. Ltda., no mejorará su situación actual, lo más probable es que sea menos competitiva, perdiendo la oportunidad de captar nuevos clientes y con ello debilitando su rentabilidad.

Tal situación requiere de la elaboración e implementación de un plan estratégico que involucre a los gerentes y demás miembros de la empresa, donde se comprometan con el logro de los principales objetivos de la empresa, que permita identificar sus debilidades y explotar sus oportunidades como empresa sustentable en el ámbito que presenta el medio ambiente (Varas, 2019).

El autor plantea como **Objetivo General** lo siguiente:

“Diseñar una propuesta de Plan Estratégico para la Empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda.” (Varas, 2019).

Como **Objetivos Específicos** detalla los siguientes:

“Identificar la situación actual de la Empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda., a través de un diagnóstico organizacional”

“Establecer el direccionamiento estratégico para la Empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda., tomando en consideración su situación actual”.

“Estructurar un plan táctico y planes operativos con su sistema de monitoreo y control del Plan Estratégico para la Empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda.” (Varas, 2019).

El autor establece la siguiente **conclusión**:

La empresa FRANTZCONSULTING Cía. Ltda., es una empresa familiar con una estructura orgánica simplificada y técnicamente indefinida, cuyos estudios han concluido que por su condición y naturaleza organizacional, actualmente no existe un modelo de gestión estratégica, gracias al conocimiento de sus directivos y propietarios, lo que creó imagen entre sus clientes cerrados y desconocimiento entre los potenciales clientes del mercado (Varas, 2019).

## **2.2 Marco Científico**

### **Plan Estratégico**

#### **Definición:**

“Es un proceso de gestión que determina cuáles son las metas y objetivos de la organización y qué se debe hacer para alcanzarlos y permite tomar acciones específicas” (Botin, 2022). Un plan estratégico es una herramienta para tomar decisiones acertadas en las empresas

#### **Características**

“Estas son las principales características y elementos básicos de un buen plan estratégico.

- El planeamiento estratégico debe estar delimitado en el tiempo”.
- “Tiene que tener unos responsables claros”.
- “Se trata de un proceso que se lleva a cabo de forma continua.
- “La planeación estratégica siempre se hace en equipo”.

#### **Beneficios**

- “El equipo se siente más implicado en el destino de la empresa”.
- “Aumenta la rentabilidad de tu negocio”.
- “Genera más ventajas competitivas”.
- “La toma de decisiones se vuelve más sencilla”.
- “Ahorra tiempo”.
- “La organización de tu Empresa será más disciplinada”.

#### **Etapas**

- “Etapa 1 - Define los puntos claves que vas a abordar en la planeación estratégica”
- “Etapa 2 - Establece los elementos principales del plan estratégico”
- “Etapa 3 - Planifica las operaciones”
- “Etapa 4 - Controla la ejecución del plan estratégico”.

## **Tipos**

- **De negocio.-** “El primero de los tipos es el Plan Estratégico empresarial. Se trata principalmente de cómo una Empresa se acercará al mercado: dónde jugar y cómo ganar”.
- **De marketing.-** “Un Plan Estratégico de marketing es el proceso de creación de un plan que facilita un entendimiento común entre todas las partes interesadas de una organización”.
- **Financiero.-** “La planificación financiera estratégica es el proceso de determinar cómo una Empresa se administra a sí misma financieramente para garantizar que logre sus metas y objetivos tanto a corto como a largo plazo”.
- **Operativo.-** “El Plan Estratégico operativo se ocupa principalmente de traducir con precisión la estrategia comercial en un plan de implementación cohesivo y procesable”.
- **Logístico.-** “Los planes estratégicos logísticos definen cómo una Empresa planea entregar productos o servicios a los clientes. Algunas empresas no requieren tantos pasos en la entrega del producto, mientras que otras tienen muchas etapas y pasos”.
- **De recursos humanos.-** “La estrategia de RRHH establece la dirección para todas las áreas clave de RRHH, incluida la contratación, la evaluación del desempeño, el desarrollo y la compensación” (Estratégico, 2023)

## **Modelos de Planeación Estratégica**

“La planeación estratégica tiene como finalidad determinar los objetivos estratégicos y, con base a ello, las acciones que la Empresa necesita para realizarlos. Existen varios modelos para desarrollarla, algunos de estos son” (Berlitz, 2022):

### **Balanced Scorecard**

“Este modelo consiste en un cuadro de mando integral que permite evaluar el funcionamiento de la empresa. Para realizar esta evaluación se toman en consideración los siguientes aspectos” (Berlitz, 2022):

- **Perspectiva financiera:** “Evalúa el rendimiento de las inversiones. Para esto existen indicadores porcentuales como el ROI (retorno sobre la inversión). Además, mide el valor añadido de la organización”.
- **Perspectiva de los clientes:** “Analiza el éxito del ejercicio empresarial con base en la satisfacción de los clientes. Analiza si están contentos con los productos o servicios que les entrega la empresa”.
- **Perspectiva de los procesos:** “Mide la calidad del producto o servicio final. Dimensiona el tiempo de respuesta del equipo operacional frente a las problemáticas y nuevos desafíos impuestos. Verifica el coste de los procesos de producción y operacionales”.
- **Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:** “Pondera la satisfacción del personal de la empresa, su compromiso con la organización, la gestión efectiva del capital humano y la disponibilidad de sistemas de información”.

### **Mapa Estratégico**

Esta plantilla de planificación estratégica es una herramienta visual para comunicar el plan estratégico a todos los miembros de la empresa. El Mapa Estratégico se complementa con el Cuadro de Mando Integral, pero no es exclusivo de este método y puede utilizarse con otros modelos.

El mapa estratégico comunica el plan de acción de forma estructurada y segmentada a los diferentes niveles de participación de la empresa, como directivos o supervisores. Anote también los departamentos y grupos de trabajo creados en el organigrama de la empresa. (Berlitz, 2022).

### **Análisis PEST**

Permite analizar el mercado desde una perspectiva macro. Esta suele ser la etapa previa de un análisis FODA, ya que permite identificar oportunidades y amenazas en el mercado. Este modelo se basa en el análisis de los factores clave del área de negocio. Estos aspectos son: político, económico, social y tecnológico (Berlitz, 2022).

Con el tiempo, el análisis PEST pasó a denominarse análisis PESTEL, porque algunos autores añadieron otros factores. Estos aspectos son ambientales y legales y los distinguen de los factores políticos.

### **Análisis PORTER**

Este modelo es la etapa previa del análisis FODA. Ayuda a identificar amenazas y oportunidades. También ayuda a determinar si el modelo de negocio está en el océano azul midiendo el atractivo del mercado. El análisis PORTER mide, entre otras cosas, las fuerzas del mercado (Berlitz, 2022).

- La rivalidad y la competencia del mercado.
- Amenaza de nuevos competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los clientes.
- Amenaza de nuevos productos y servicios.

### **Análisis FODA**

Este análisis permite construir una planificación estratégica basada en el análisis interno de la empresa sobre la situación del mercado. Consiste en un cuadrante que identifica y enumera las fortalezas y debilidades de la empresa y las entrelaza con las oportunidades y amenazas del mercado. Su trabajo es desarrollar planes de acción. Deben centrarse en la solución de problemas relacionados con el estado de la organización en el campo. Además, guía a la organización hacia su crecimiento aprovechando las cualidades y oportunidades positivas del campo. (Berlitz, 2022).

**El Modelo de Plan Estratégico que se va a seguir para la propuesta es la siguiente:**

**Análisis FODA.-** Mediante esta herramienta estratégica se analizará los factores clave de éxitos internos para saber dónde estarán las Debilidades y Fortalezas. A su vez se analizará los factores críticos externos con el fin de conocer las Oportunidades y amenazas.

El análisis FODA también nos permitirá identificar cuál es el indicador de éxito y el indicador del tipo de mercado.

## Grafica del Modelo de Plan Estratégico FODA

Figura 1: Modelo de Plan Estratégico FODA



Nota: Elaborado por Willian Arevalo y Neiser Aguilar

## Estrategias

### Definición

“Hoy en día, se entiende por estrategia un plan general de acción para alcanzar un objetivo”.

### Tipos

“Según el área de aplicación se reconocen, entre otros, los siguientes tipos de estrategias”:

- **Estrategia empresarial.** “Es el plan general de acción que tiene como objetivo establecer la forma en que una Empresa intervendrá en un mercado para obtener una ventaja sobre la competencia y alcanzar las metas expresadas en su misión”.

En el ámbito empresarial, se distingue, a su vez, entre:

- **Estrategias funcionales.** “Se relacionan con objetivos específicos de una Empresa o un departamento dentro de una organización y determinan las tareas que deben realizarse para lograr esos objetivos”.
- **Estrategias operacionales.** Se enfocan en el día a día y las actividades continuas de la empresa, es decir, sus procedimientos.
- **Estrategias organizacionales.** “Se enfocan en la organización de la empresa, es decir, su jerarquía, subdivisiones, distribución interna, etc.”.

- **Estrategias publicitarias.** “Se relacionan con la publicidad y el marketing y todo lo relacionado con la imagen pública de la organización” (Estrategia, 2022).

## **Venta**

### **Definición**

“Ventas son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra es decir el concepto de ventas es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador” (Romero, 2022).

### **Proceso de ventas**

“Un proceso de ventas es nada más que un modelo de reglas, acciones y actividades, utilizadas por todos los involucrados del área comercial y que contenga las siguientes características”:

- **Educativo:** capaz de ser enseñado a los involucrados, pudiendo ser utilizado por cualquiera del área.
- **Medible:** tiene condiciones de crecer de forma uniforme, soportando el aumento de demanda.
- **Previsible:** posee indicadores claros para el análisis de resultados; incluye expectativas claras de resultados para ser cumplidos en el período.

### **Tipos de ventas**

Veamos los distintos tipos de ventas existentes:

- **Venta directa:** “Ocurre cuando una Empresa o persona vende sus productos o servicios directamente al cliente, en este e tipo de venta suele darse en medios más informales, por ejemplo, cuando una persona hace postres y los vende a sus compañeros de trabajo durante la hora de almuerzo.
- **Venta indirecta:** es cuando se venden productos o servicios que se complementan. También es conocida como venta cruzada o cross selling.

- **Venta transaccional:** esta se concentra en realizar ventas y transacciones rápidas. Su principal objetivo es alcanzar la máxima cantidad de ventas a través de un volumen importante de clientes, sin preocuparse por optimizar la relación cliente – vendedor.
- **Venta personal:** aquí el vendedor se relaciona con el prospecto de manera personalizada. Normalmente, ocurre cara a cara, ya que de esa manera el vendedor logra utilizar sus habilidades para captar la atención del cliente y personalizar la oferta.
- **Venta online:** ocurre cuando los vendedores se relacionan con el prospecto a distancia. Puede darse a través de video llamadas y recorridos virtuales (Romero, 2022).

### **2.3 Marco Conceptual**

A continuación se presentara a detalle los principales términos con sus respectivos conceptos que serán utilizados en la presente investigación a fin que el lector del documento tenga una mejor comprensión:

#### **Competidores**

Un competidor es una persona física o jurídica que compite en un determinado mercado y ofrece bienes o servicios para obtener beneficios económicos. En general, cuando decimos que puede ser una sola persona. (Quiroa, 2020).

#### **Empresa**

Es una organización o entidad formada por capital y trabajadores responsables de proporcionar productos y servicios a los consumidores y, a su vez, obtener ganancias. En general, la creación de una organización responde a la necesidad de cubrir un servicio o carencia en un determinado entorno o sector de la población (Pérez, 2022).

#### **Estrategia**

“La estrategia es un procedimiento organizado para la toma de decisiones y/o acción cosa segura guion es decir, el logro de uno o más objetivos predefinidos” (Westreicher, 2020).

#### **Estrategias de ventas**

La estrategia de ventas define las medidas que promoverán el crecimiento de la Empresa para lograr el beneficio esperado. Cabe señalar que esta estrategia no es tan sencilla como parece, sino que debe incluir todas las partes de la empresa fuera del departamento comercial. Cuanto más se desarrolle esta estrategia, más eficazmente se lograrán los resultados previstos. (Tekams, 2022).

#### **Estrategia de marketing**

Una estrategia de marketing es un estilo y método para generar oportunidades de ventas. Sirve a la comunicación y posicionamiento de los productos y servicios de la empresa, y se traduce en políticas que posibilitan llegar al mercado objetivo a través de canales adecuados (Isabel, 2021).

### **Incremento de ventas**

El crecimiento de las ventas se define como un aumento gradual en el volumen de ventas durante un período determinado período de la campaña en comparación con las ventas base que se habrían producido en el mismo período si la campaña nunca hubiera comenzado (Santaella, 2020).

### **Matriz FODA.**

Es una matriz analítica que permite diagnosticar la situación estratégica de una empresa, organización, institución o persona para el desarrollo exitoso de un proyecto específico. Con la ayuda de un estudio de matriz FODA podemos identificar problemas, anticipar escenarios, predecir complicaciones, mirar soluciones, visualizar los puntos débiles del conjunto y transformarlos en fortalezas y oportunidades. (Benitez, 2022).

### **Publicidad**

La publicidad es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución empresarial con consumidores potenciales. (Ana, 2022).

### **Plan**

La palabra plano significa altura o nivel, derivado del vocablo latino "Planus" y puede traducirse como "plano". Un plan es una serie de pasos o acciones encaminadas a lograr y dirigir un objeto o meta, el proceso de trazar un plan se llama planificación o planificación (Emanuel, 2021).

### **Plan Estratégico**

Un plan estratégico es un documento que muestra cómo se desarrollará su empresa en el corto, medio y largo plazo en perspectiva. Este plan se basa en pronósticos cuantitativos y cualitativos para determinar los paradigmas que debe seguir la empresa para lograr sus objetivos y aumentar las ganancias (Torres, 2022).

### **Ventas**

Se aplica a todas las actividades que conduzcan al intercambio de bienes o servicios acerca de dinero. Las empresas cuentan con organizaciones de ventas que se dividen en diferentes equipos, normalmente definidos por estos aspectos: el territorio objetivo, el producto o servicio a vender y el cliente objetivo. (Rios, 2022).

## **2.4 Marco Legal**

La presente investigación se fundamenta en las siguientes leyes:

### **Constitución De La Republica Del Ecuador 2008**

#### **Título I**

#### **Elementos Constitutivos Del Estado**

##### **Capítulo primero Principios fundamentales**

El artículo 1 señala que: El Ecuador es un Estado constitucional de derecho y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, internacional y laico. (Ecuador C. D., 2008).

Está organizado en forma de república y se administra de manera descentralizada. La soberanía reside en el pueblo, cuya voluntad es la base del poder y se ejerce a través de las instituciones del poder público y las formas de participación directa previstas en la constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del país forman parte de su patrimonio inalienable, irrenunciable e irrenunciable.

#### **Sección novena**

##### **Personas usuarias y consumidoras**

De acuerdo al **artículo 52** nos menciona que: Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

En cuanto al **artículo 3** nos menciona que: Son deberes primordiales del Estado:

- a) Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
- b) Garantizar y defender la soberanía nacional.
- c) Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

## **Sección segunda**

### **Consejo de Participación Ciudadana y Control Social**

En cuanto al **artículo 207** se menciona que: El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social promoverá e incentivará el ejercicio de los derechos relativos a la participación ciudadana, impulsará y establecerá mecanismos de control social en los asuntos de interés público, y designará a las autoridades que le corresponda de acuerdo con la Constitución y la ley. La estructura del Consejo será desconcentrada y responderá al cumplimiento de sus funciones.

El Consejo se integrará por siete consejeras o consejeros principales y siete suplentes. Los miembros principales elegirán de entre ellos a la Presidenta o Presidente, quien será su representante legal, por un tiempo que se extenderá a la mitad de su período.

La selección de las consejeras y los consejeros se realizará de entre los postulantes que propongan las organizaciones sociales y la ciudadanía. El proceso de selección será organizado por el Consejo Nacional Electoral, que conducirá el concurso público de oposición y méritos correspondiente, con postulación, veeduría y derecho, a impugnación ciudadana de acuerdo con la ley.

## **Sección quinta**

### **Intercambios económicos y comercio justo**

De acuerdo al **artículo 335** nos menciona que: El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

## **Ley De Compañías**

En todas las disposiciones de la Ley de Compañías y demás normas donde conste la frase "salarios mínimos vitales" dirá "salarios básicos unificados del trabajador en general". En todas las disposiciones de la Ley de Compañías y demás normas donde conste la frase "Superintendente de Compañías" dirá "Superintendente de Compañías y Valores", y en todas aquellas en las que conste "Superintendencia de Compañías" dirá "Superintendencia de Compañías y Valores". Dado por Disposición décima primera y décima segunda del Art. 144 de la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014 (Ley deCompañías, 2020).

En el **artículo 1** se menciona que: Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil (Ley deCompañías, 2020).

### **Sección III De La Compañía En Comandita Simple**

#### **1. De La Constitución Y Razón Social**

En el **artículo 59** se menciona que: La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes (Ley deCompañías, 2020).

En cuanto al **artículo 61** se menciona que: La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma y con las mismas solemnidades señaladas para la compañía en nombre colectivo (Ley deCompañías, 2020).

#### **2. Del Capital.**

En el **artículo 62** del capital se menciona que: El socio comanditario no puede llevar en vía de aporte a la compañía su capacidad, crédito o industria (Ley deCompañías, 2020).

## **Ley Orgánica De Economía Popular Y Solidaria Promulgado Y Publicado En Los Sigüentes Artículos**

En el **artículo 319**. De la Constitución de la República establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas (Giler, 2011).

### **Código de Trabajo**

En cuanto al Código de Trabajo, en el **artículo 36** sobre los Representantes de los empleadores se menciona que.- Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común. El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador (Codigo del Trabajo , 2005).

### **CAPITULO DOS DE LOS ASEGURADOS OBLIGADOS**

**Art. 9.- DEFINICIONES.-** Para los efectos de la protección del Seguro General Obligatorio:

- a.** Es trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero, servidor público, y toda persona que presta un servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial o en virtud de un nombramiento extendido legalmente, y percibe un sueldo o salario, cualquiera sea la naturaleza del servicio o la obra, el lugar de trabajo, la duración de la jornada laboral y el plazo del contrato o poder especial o nombramiento;
- b.** Es trabajador autónomo toda persona que ejerce un oficio o ejecuta una obra o realiza regularmente una actividad económica, sin relación de dependencia, y percibe un ingreso en forma de honorarios, comisiones, participaciones, beneficios u otra retribución distinta al sueldo o salario;
- c.** Es profesional en libre ejercicio toda persona con título universitario, politécnico o tecnológico que presta servicios a otras personas, sin relación de dependencia, por sí misma o en asociación con otras personas, y percibe un ingreso en forma de honorarios, participaciones u otra retribución distinta al sueldo o salario;

d. Es administrador o patrono de un negocio toda persona que emplea a otros para que ejecuten una obra o presten un servicio, por cuenta suya o de un tercero; e. Es dueño de una empresa unipersonal, toda persona que establece una empresa o negocio de hecho, para prestar servicios o arriesgar capitales; (Codigo del Trabajo , 2005).

En cuanto al **artículo 62** del Trabajo en días y horas de descanso obligatorio, se menciona que: En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aun por concepto de trabajo a destajo, exceptuándose los casos contemplados en el artículo 52 de este Código.

En cuanto al **artículo 63** de Exhibición de horarios de labor se menciona que: En todo establecimiento de trabajo se exhibirá en lugar visible el horario de labor para los trabajadores, así como el de los servicios de turno por grupos cuando la clase de labor requiera esta forma. Las alteraciones de horario a que dar margen la interrupción y recuperación del trabajo serán publicadas en la misma forma.

En el **artículo 64** del Reglamento interno se menciona que: Las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación. Sin tal aprobación, los reglamentos no surtirán efecto en todo lo que perjudiquen a los trabajadores, especialmente en lo que se refiere a sanciones.

En el **artículo 65** de los Días de descanso obligatorio se menciona que: Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre. Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales (Codigo del Trabajo , 2005).

## **Reglamento General a la Ley Orgánica De Emprendimiento e Innovación**

### **Capítulo I**

#### **Disposiciones Fundamentales**

En el **artículo 1** del Objeto se menciona que: El presente Reglamento tiene por objeto establecer las normas y disposiciones para la aplicación de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

En cuanto al **artículo 2** del Ámbito de aplicación se menciona que: El ámbito de aplicación se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía, entre las que se incluye la economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal, conforme lo establecido en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Ley & Emprendimiento, 2020).

### **Capítulo II**

#### **Políticas Públicas E Institucionalidad Del Emprendimiento**

En el **artículo 3** De los delegados de los miembros del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación se menciona que: En caso de delegación por parte de la máxima autoridad de las instituciones miembros del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación -CONEIN-, esta será permanente y con capacidad de toma de decisiones, sin que dicha delegación impida la comparecencia de la máxima autoridad a las reuniones del CONEIN. En caso de delegación por las máximas autoridades de las instituciones del Gobierno Central integrantes del CONEIN, ésta tendrá rango de Viceministro (Ley & Emprendimiento, 2020).

### **CAPÍTULO III**

#### **Del Funcionamiento Del Consejo Nacional Para El Emprendimiento E Innovación**

En el **artículo 7** Sesiones: Las sesiones del CONEIN podrán ser:

1. **Ordinarias:** El CONEIN, sesionará en forma ordinaria una (1) vez cada dos meses, previa disposición de la o el Presidente, cuya convocatoria será realizada por la o el Secretario del CONEIN. Las convocatorias a las sesiones deberán ser notificadas con una antelación de al menos cinco (5) días término.

2. **Extraordinarias:** Este tipo de sesiones deberán ser convocadas con una antelación de al menos tres (3) días término, previa disposición de la o el Presidente, cuya convocatoria será realizada por la o el Secretario del CONEIN.

En cuanto al **artículo 9** Obligaciones de la Secretaría Técnica del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación se menciona que: Para la adecuada coordinación interinstitucional y el seguimiento de las decisiones del CONEIN, le corresponde a la Secretaría Técnica:

- a) Dar seguimiento a los planes, programas y proyectos orientados a promover y fortalecer la competitividad y el desarrollo del emprendimiento, acorde con los lineamientos político-estratégicos.
- b) Proponer al CONEIN los lineamientos relacionados con temas de competitividad, emprendimiento e innovación a ser implementados por los entes rectores.
- c) Emitir información oportuna para el CONEIN.
- d) Analizar ámbitos, temas, hechos y actores para establecer las mejores condiciones de toma de decisiones del CONEIN (Ley & Emprendimiento, 2020).

## 2.5 Marco Georreferenciar

### Mapa del Ecuador

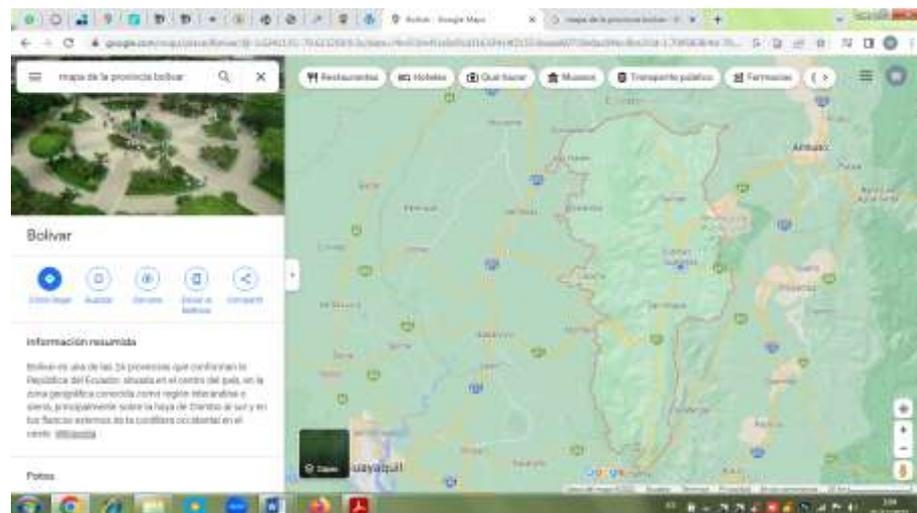
Figura 2: Mapa del Ecuador



Nota: Google Maps

### Mapa de la Provincia Bolívar

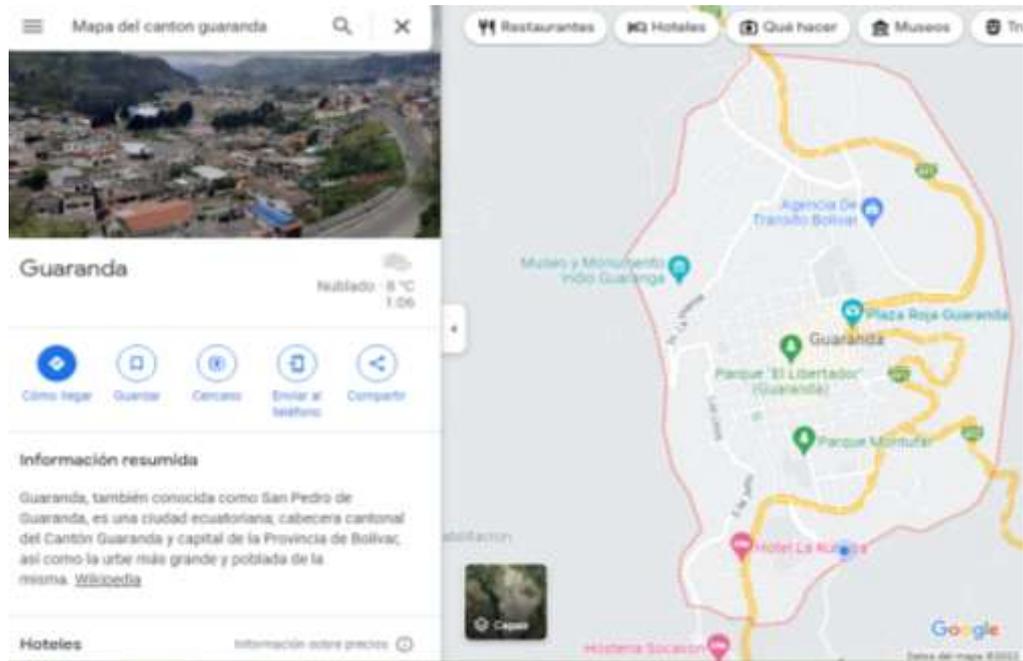
Figura 3: Mapa de la Provincia Bolívar



Nota: Google Maps

## Mapa del Cantón Guaranda

**Figura 4:** *Mapa del Cantón Guaranda*

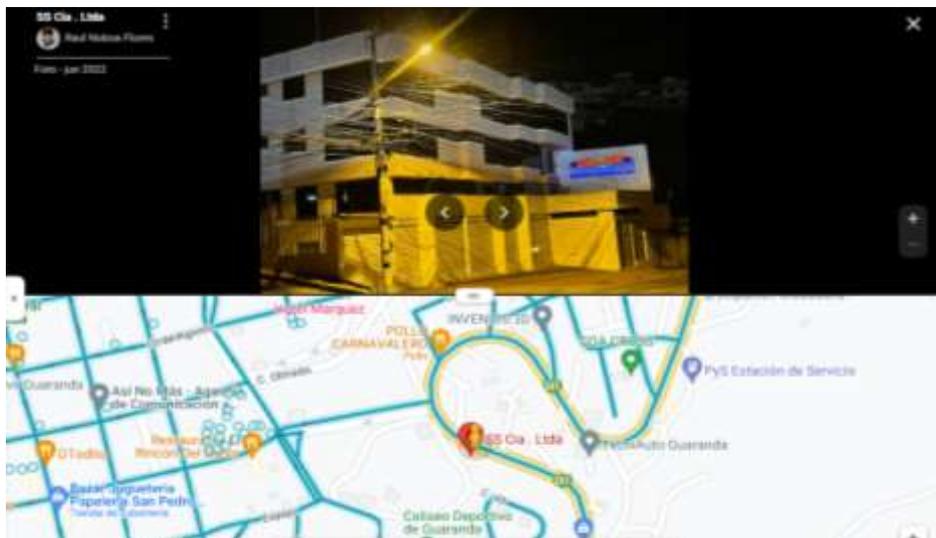


**Nota:** *Google Maps*

## Ubicación de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. Casa Matriz

**Dirección:** Av. Elisa Mariño de Carvajal 531 Guaranda; Bolívar

**Figura 5:** *Ubicación de la Empresa S&S*



**Nota:** *Google Maps*

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1 Tipos de Investigación**

Para la realización de la tesis se abordaran los siguientes tipos de investigación:

##### ***3.1.1 Investigación de Campo***

Mediante este tipo de investigación nos permitirá recopilar datos reales por medio de las encuestas que serán aplicadas a la población económicamente activa de la ciudad de Guaranda, el cual se nos indicara cuales serán nuestros clientes más habituales de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., por ende la investigación será de gran importancia ya que nos servirá para conocer cuáles son los gustos y preferencias del mercado objetivo. A su vez se realizará una entrevista al gerente general de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., con el fin de recopilar información relevante acerca del tema de investigación.

##### ***3.1.2 Investigación Bibliográfica***

Se utilizara este tipo de Investigación Bibliográfica como punto de partida para la realización del proceso de exploración mediante el uso de: libros especializados en planes estratégicos, revistas, tesis de grado, el internet y datos estadísticos que permitan obtener información referente a la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., para poder cumplir con los objetivos planteados.

### ***3.1.3 Investigación Descriptiva***

Este tipo de investigación se realizará con la finalidad de poder desarrollar y describir todo el transcurso de las variables, el cual nos permitirá a nosotros mismo conocer cuáles son los problemas de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., y poder llegar a dar posibles soluciones.

### **3.2 Enfoque de la Investigación**

La presente tesis de investigación conduce a una mejor comprensión del problema objetivo y los hallazgos de la investigación, enfatiza el proceso, cualitativo y cuantitativo, ya que se utilizan técnicas cuantitativas, y este enfoque ocupara una posición dinámica.

Y cualitativos porque se utilizaran las técnicas cualitativas se utilizan para guiar la validación de los estudios y enfatizar los resultados, y este enfoque ocupara una posición estática.

### **3.3 Métodos de Investigación**

En la presente investigación se utilizaran los siguientes métodos:

#### ***3.3.1 Método Deductivo***

Este método de investigación será de gran importancia porque gracias a ello se estudiaran los problemas de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., de manera general, para después analizarlos detenidamente en cada una de sus partes a través del pensamiento lógico con la finalidad de conocer cuáles son las estrategias que permitirán mejorar el índice de rentabilidad.

#### ***3.3.2 Método Inductivo***

Este método es muy útil porque nos permitirá estudiar el o los problemas que tiene la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en detalle desde sus partes hasta llegar a proponer estrategias para el mercado objetivo.

### 3.3.3 Método Analítico

Este método será de gran importancia ya que nos ayudara a analizar la información recopilada acerca del problema planteado y los resultados de las investigaciones de campo, de tal manera que nos permitirá establecer cuales serán las conclusiones y recomendaciones del mismo.

### 3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Las técnicas e instrumentos que se aplicaran en el desarrollo de la presente tesis se establecen a continuación:

#### 3.4.1 Encuesta.

Se aplicara las encuestas a los trabajadores de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., con el fin de obtener datos precisos para conocer la perspectiva y necesidades de los trabajadores acorde a las actividades que desarrollan en sus puestos laborales, y de esta manera analizar los factores internos de la empresa.

#### 3.4.2 Entrevista.

Se realizará a la máxima autoridad de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., mismo que ocupa el cargo de gerente general el Ing. Luis Mesías Sinmaleza con el fin de conocer aspectos específicos de la empresa.

### 3.5 Universo, Población y Muestra

Para la debida compilación de datos se utilizara el siguiente instrumento lo cual es el cuestionario. El universo está conformado por un total de 15 personas tanto directivos como empleados de la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

**Tabla 2:** *Trabajadores de S&S Sinmaleza*

NUMERO	NOMBRE	CARGO
1	LUIS MESIAS SINMALEZA	Gerente General
2	ISABEL HINOJOZA	Contadora
3	YOLANDA ZAPATA	Secretaria
4	MARTHA ARELLANO	Auxiliar Secretaria
5	EDWIN PATARON	Bodeguero
6	JAIME MONTERO	Vendedor
7	XAVIER MONTERO	Vendedor
8	FELICIANO PATIN	Vendedor
9	FABRICIO FREIRE	Vendedor
10	EDGAR CASTRO	Vendedor

---

<b>11</b>	PABLO QUITIO	Vendedor
<b>12</b>	JACKSON ANGULO	Vendedor
<b>13</b>	LUIS ALMENDARIS	Vendedor
<b>14</b>	VALENTIN DELGADO	Vendedor
<b>15</b>	RAMIRO PUNINA	Vendedor

---

*Nota: Investigación de Campo*

Como se puede evidenciar es una población pequeña, no se procederá a aplicar la fórmula de la muestra ya que serán encuestados todos los que conforman la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

### **3.6 Procesamiento de la Información**

Para la presente investigación y el respectivo procedimiento de la información y datos se lo realizará de la siguiente manera:

- **Encuesta.-** Se lo realizará mediante un cuestionario de preguntas convincentes
- **Tabulación.-** Se lo realizará mediante la aplicación del programa Microsoft Excel.
- **Gráfico.-** Se lo realizará mediante el grafico de pasteles o barras.
- **Análisis.-** Se detalla de forma clara y precisa.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

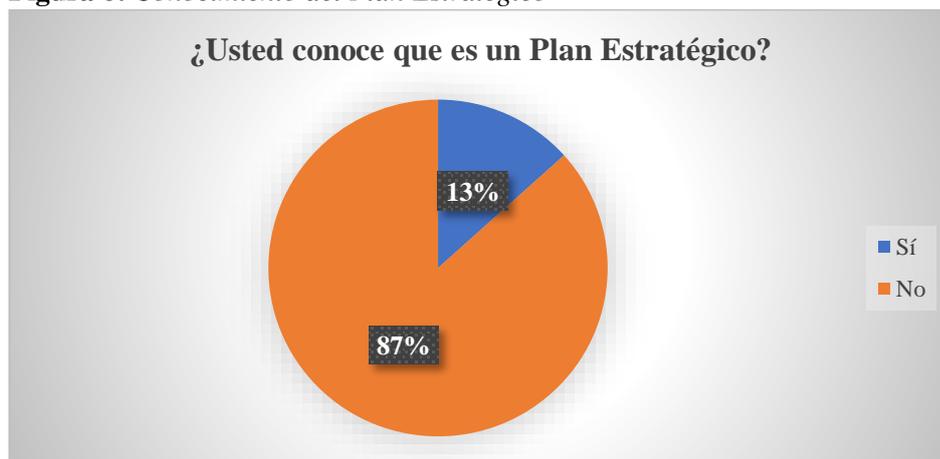
##### 1 ¿Usted conoce que es un Plan Estratégico?

**Tabla 3:** *Conocimiento del Plan Estratégico*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 6:** *Conocimiento del Plan Estratégico*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

#### Análisis e Interpretación

Una vez realizadas las encuestas a todo el personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., se pudo evidenciar que en su mayoría, no tienen conocimiento acerca de un Plan Estratégico, mientras que son pocos de los encuestados dicen conocer algo referido al tema el cual estamos tratando.

## 2 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., tiene un Plan Estratégico?

**Tabla 4:** *La Compañía cuenta con un Plan Estratégico*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 7:** *La Compañía cuenta con un Plan Estratégico*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., no cuenta con un Plan Estratégico dentro de la compañía, recordemos que el Plan Estratégico es de suma importancia, misma que permite diseñar un proceso mediante el cual se implementan los planes operativos con el fin de que la empresa logre alcanzar sus objetivos.

### 3 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con su Misión y Visión?

**Tabla 5:** *La Compañía cuenta con su Misión y Visión*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	2	27%
No	13	73%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 8:** *La Compañía cuenta con su Misión y Visión*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

#### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que la mayor parte del personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirma que no cuentan con una misión y visión, mientras que solo el gerente y secretaria afirman que si cuentan con lo mencionado, pero que estas están desactualizadas.

#### 4 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con valores institucionales?

**Tabla 6:** *La Compañía cuenta con Valores Institucionales*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	1	7%
No	14	93%
Total	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 9:** *La Compañía cuenta con Valores Institucionales*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

#### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que la gran parte de los trabajadores que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuenta con los valores institucionales, recordemos que estos son fundamentales dentro de la compañía ya que sostienen el proceso de la toma de decisiones, alineando al personal y a comprometerlas a trabajar juntos con el fin de alcanzar metas en común y el éxito esperado.

## 5 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., tiene definido sus objetivos?

**Tabla 7:** *La Compañía tiene definido sus objetivos*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 10:** *La Compañía tiene definido sus objetivos*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Mediante la información obtenida se puede evidenciar que más de la tercera parte de los que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no tienen definido sus objetivos, cabe mencionar que estos son importantes para la compañía ya que pueden ser a corto, mediano y a largo plazo, mientras que una minoría de S&S mencionan que si tienen definidos sus objetivos.

## 6 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con políticas?

**Tabla 8:** *La Compañía cuenta con políticas*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 11:** *La Compañía cuenta con políticas*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Atraves de la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que todo el personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuentan con políticas institucionales, se menciona que las políticas nos ayuda a saber cuál es la dirección que tenemos que seguir en caso de que se presenten cualquier tipo de problema con algún miembro de la compañía, por ende nos permitirá ser justos si se aplica siempre una decisión bajo estas actitudes.

## 7 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con un organigrama estructural?

**Tabla 9:** *La Compañía cuenta el organigrama estructural*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 12:** *La Compañía cuenta con el organigrama estructural*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que todo el personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuentan con un organigrama estructural, se menciona que esta es una herramienta fundamental dentro de las empresas ya que nos permite ordenar y organizar todos los roles y jerarquías y a su vez especifican cuáles son sus responsabilidades y tareas que deben ser ejecutadas por cada miembro de la compañía.

## 8 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con un organigrama funcional?

Tabla 10: La Compañía cuenta el organigrama funcional

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	<b>15</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

Figura 13: La Compañía cuenta con el organigrama funcional



Nota: Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### Análisis e Interpretación

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que todo el personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuentan con un organigrama funcional, cabe mencionar que este organigrama es muy útil para las compañías ya que especifica cuáles son sus funciones a cumplir en cada uno de los departamentos de la compañía, con el fin de alinear a los líderes de cada área así como las tareas y responsabilidades que se les corresponde a cada uno de ellos.

## 9 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con estrategias de venta?

**Tabla 11:** *La Compañía cuenta con estrategias de venta*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	6	40%
No	9	60%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 14:** *La Compañía cuenta con estrategias de venta*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que más de la mitad del personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuentan con estrategias de venta, se menciona que estas son acciones que contribuyen al crecimiento de la empresa con el fin de alcanzar la rentabilidad esperada, pero esta no es tan simple como parece que se deben incorporar en todos los componentes de la empresa más allá del departamento comercial, mientras que una minoría del personal cuentan con sus propias estrategias de venta basados en sus años de experiencia.

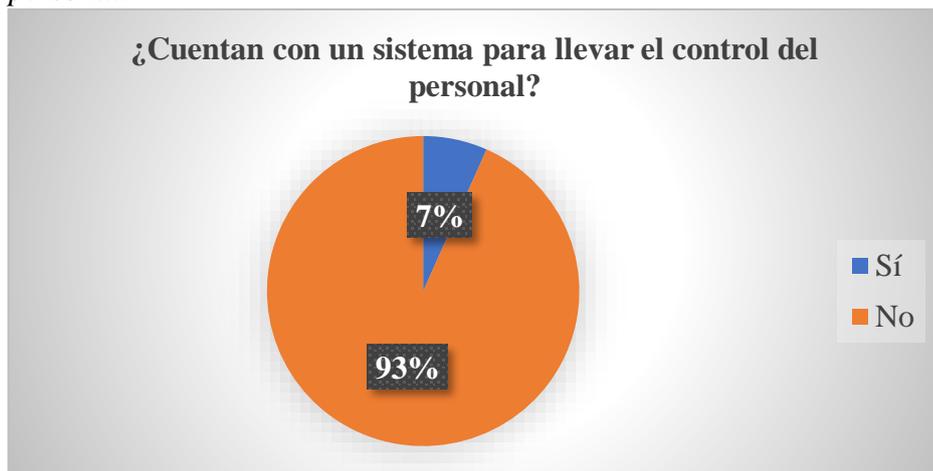
## 10 ¿Cuentan con un sistema para llevar el control del personal?

**Tabla 12:** *La Compañía cuenta con un sistema para llevar el control del personal*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	1	7%
No	14	93%
Total	15	100%

**Nota:** Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 15:** *La Compañía cuenta con un sistema para llevar el control del personal.*



**Nota:** Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### Análisis e Interpretación

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que en su gran mayoría, afirman que no cuentan con un sistema para llevar el control del personal tanto en las horas de entrada como de salida, cabe mencionar que estas afectan negativamente a la compañía debido a que el personal no trabaje las horas establecidas, mientras que una minoría se rigen a lo acordado al momento de su contratación en el trabajo.

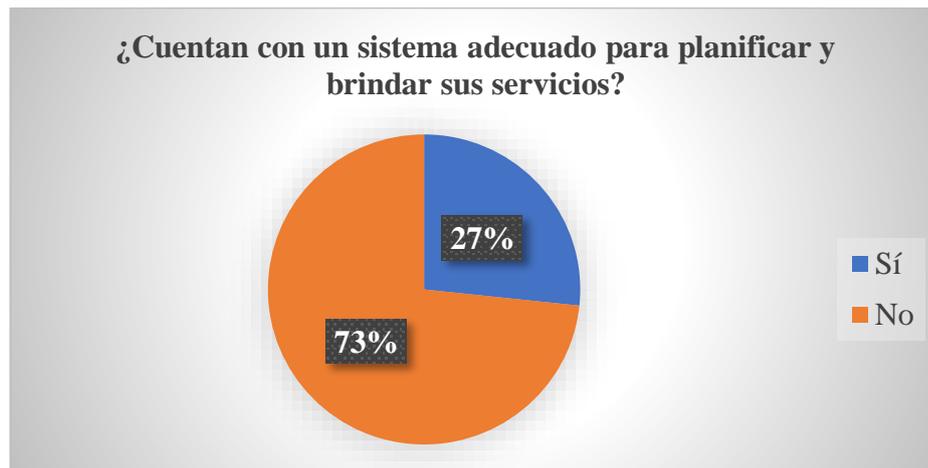
## 11 ¿Cuentan con un sistema adecuado para planificar y brindar sus servicios?

**Tabla 13:** *La Compañía cuenta con un sistema para planificar y brindar sus servicios*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 16:** *La Compañía cuenta con un sistema parara planificar y brindar sus servicios*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### Análisis e Interpretación

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que la tercera parte del personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que no cuentan con un sistema adecuado para la logística de la compañía mientras que unos pocos mencionan que si hay una correcta planificación y manejo de la logística empresarial.

## 12 ¿Cuentan con un sistema de control del inventario de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?

**Tabla 14:** *La Compañía cuenta con un sistema de control de inventario*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	9	60%
No	6	40%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 17:** *La Compañía cuenta con un sistema de control de inventario*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que más de la mitad del personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que si cuentan con un sistema de control de inventario, pero que a su vez solo son plantillas de Excel cabe mencionar que el sistema de control de inventarios permite que la compañía conozca la fluctuación de los artículos por lo cual influyen en las decisiones que se tomara en los proveedores y la cantidad de existencias que deben mantenerse para cubrir con la demanda de los clientes, mientras que el restante del personal no cuentan con el sistema de control del inventario porque no les compete.

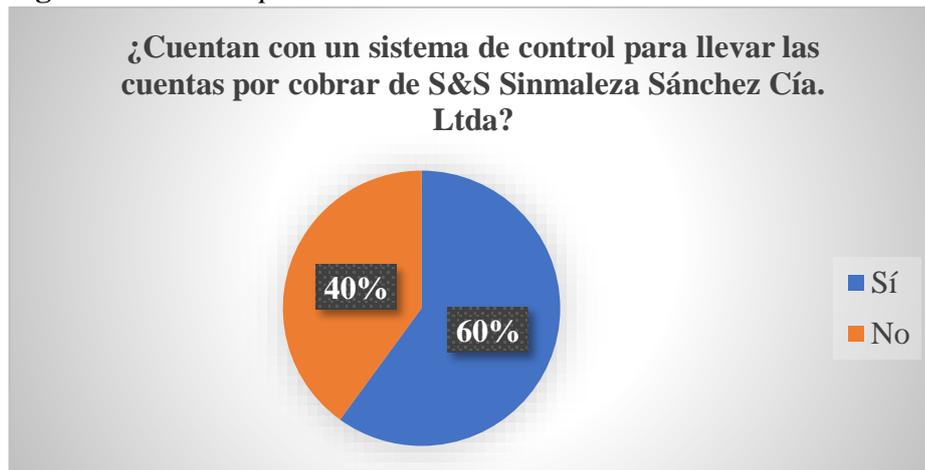
### 13 ¿Cuentan con un sistema de control para llevar las cuentas por cobrar de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?

**Tabla 15:** *La Compañía cuenta con un sistema de control de las cuentas*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	9	60%
No	6	40%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 18:** *La Compañía cuenta con un sistema de control de las cuentas*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

#### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que más de la mitad del personal, que son los vendedores que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que si cuentan con un sistema de control para llevar las cuentas por cobrar facilitándoles el trabajo de cobro de manera rápida y segura mientras que el restante del personal no cuentan misma razón porque no se les compete.

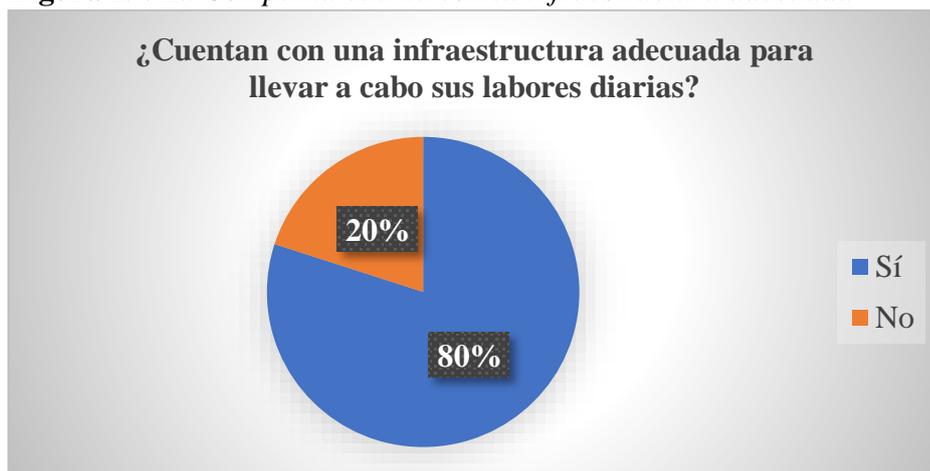
#### 14 ¿Cuentan con una infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarias?

**Tabla 16:** *La Compañía cuenta con la infraestructura adecuada*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 19:** *La Compañía cuenta con la infraestructura adecuada*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

#### **Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que gran parte del personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., afirman que si cuentan con la infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarios, mientras que una pequeña parte indica que no por motivos de que en su área de trabajo no cuentan con un ambiente adecuado.

**15 ¿Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico para la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?**

**Tabla 17:** *Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 20:** *Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que más de la mitad del personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., están de acuerdo en que se deba implementar el Plan Estratégico ya que esto les beneficiara significativamente mientras que el otro tanto peciento están en desacuerdo por razones que no tienen conocimiento del tema que se está tratando.

**16 ¿Para la elaboración del Plan Estratégico le gustaría que todos los que conforman S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., sean partícipes?**

**Tabla 18:** *Elaboración del Plan Estratégico conjuntamente con los miembros de S&S*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 21:** *Elaboración del Plan Estratégico conjuntamente con los miembros de S&S*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que la mayoría de los que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., están de acuerdo de que todos los miembros sean partícipes para la elaboración del Plan Estratégico con el fin de que tengan un conocimiento más adecuado acerca del tema mientras que el personal restante está en desacuerdo por razones que no tienen conocimiento del tema a tratar.

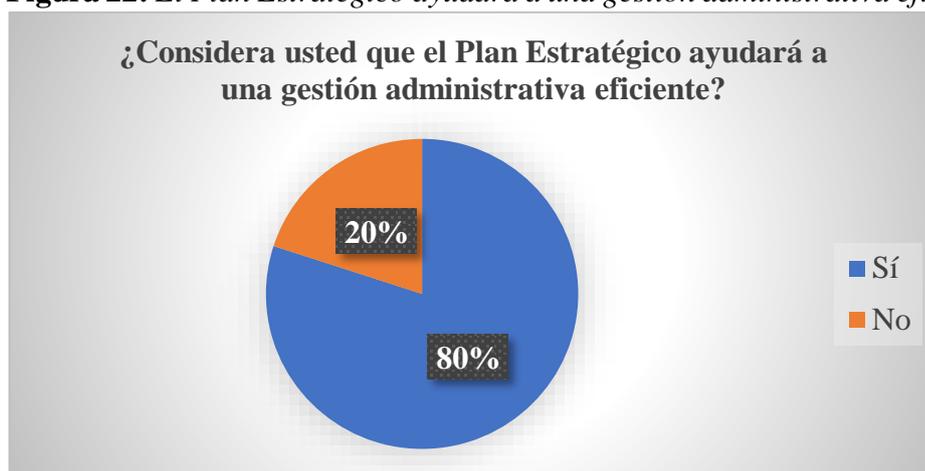
**17 ¿Considera usted que el Plan Estratégico ayudará a una gestión administrativa eficiente?**

**Tabla 19:** *El Plan Estratégico ayudara a una gestión administrativa eficiente*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Figura 22:** *El Plan Estratégico ayudara a una gestión administrativa eficiente*



*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

**Análisis e Interpretación**

Gracias a la información obtenida mediante la encuesta se puede evidenciar que la mayor parte de los que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., están de acuerdo que el Plan Estratégico ayudará a una gestión administrativa eficiente, ya sea en la toma de decisiones u otros casos, mientras que el restante manifiestan que no ya que ellos se basen a las actividades establecidas por el gerente general de la compañía.

#### **4.1.1 DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En base a las preguntas 2, 3, 4, 5, 6, 7,8 establecidas en relación a la planificación estratégica se concluye que la compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ha desarrollado una misión y visión desde su creación, pero esta a su vez no ha sido actualizada ni mejorada, por otra parte se indica que la empresa no cuenta con objetivos, valores, políticas, cuyos aspectos representan el direccionamiento para el éxito empresarial, el desconocimiento de Plan Estratégico por parte de los trabajadores es alta, actualmente las ventas de la compañía ha disminuido en un porcentaje considerable.

Normalmente los trabajadores de la compañía saben las tareas que deben cumplir, pero no se ha elaborado un manual de funciones en el cual se establezca y se respalde las actividades de cada miembro, esto tiene un efecto negativo ya que la productividad y la gestión no pueden alcanzar el potencial requerido para ser más competitivos.

En efecto, la compañía conoce quien es la clientela potencial y quiénes son sus principales competidores dentro de la localidad, lo cual es beneficioso porque de una y otra manera ayudan en el conocimiento del mercado actual y las necesidades que se representan diariamente.

Los proveedores es otro factor positivo para la compañía porque son fijos y hay un gran número de ellos con precios y facilidades de envío a nivel de todo el Ecuador. Otro aspecto negativo que se pretende hacer énfasis es la falta de estrategias para la venta de sus productos, sabemos que hoy en día es indispensable el uso de medios digitales para promocionar y dar a conocer un producto bien o servicio que se pretende comercializar.

#### **4.1.2 Entrevista**

##### **Dirigido al Ing. Luis Mesías Sinmaleza Sánchez Gerente General de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.**

La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., fundada el 14 de enero del 2004 en la ciudad de Guaranda, tiene una amplia trayectoria en el mercado Guarandeano. Es una Empresa mayorista que se ha dedicado a la comercialización de libros, periódicos, revistas, hoy en día las ventas de los mismos han disminuido radicalmente hasta un 80% debido a que la gran mayoría de usuarios optan por comprar libros, periódicos y revistas digitales, mientras que los materiales de oficina las ventas se mantuvieron e incluso han ido aumentando debido al crecimiento poblacional y otros factores, en la ciudad de Guaranda. Actualmente la compañía no cuenta con un Plan Estratégico por falta de conocimiento del mismo. Se ha establecido una visión y misión de la compañía al momento de su creación, pero desde entonces no ha sido actualizada, por ende sería conveniente y favorable para la compañía crear una filosofía organizacional, permitiendo corregir los errores administrativos y podemos trabajar en base a estas nuevas proyecciones.

Dentro de la Compañía no hemos manejado estrategias, pero se podría considerar estrategia a la coordinación eficiente que existe. Actualmente como todos sabemos existen muchas librerías o tiendas dedicadas a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina pero las principales competencias que yo considero son las siguientes: Librería y Papelería Gutenberg, Librería OMEGA, Librería y Papelería Jennifer, ya que estas cuentan con productos, libros, periódicos, revistas y materiales de oficina similares al que nosotros ofertamos. Razón por la cual he considerado que nuestra competencia directa es la Librería Gonzales, puesto que ofrecen los mismos productos que nosotros y a su vez satisfacen las mismas necesidades de nuestros clientes. Para nosotros como Empresa es muy importante contar con un Plan Estratégico para una mejor planificación y que estará en la capacidad de realizar cada una de nuestras gestiones empresariales de forma eficiente, optimizando los recursos humanos y materiales, y a su vez y se logrará el reconocimiento institucional a nivel de compañías y negocios que ofrecen nuestros mismos productos.

Con la creación de la misión, visión y objetivos se obtendrán cambios muy significativos para la empresa, que permitirá desarrollar una cultura organizacional y a su vez aplicar estas nuevas estrategias, permitiendo alcanzar los objetivos que es maximizar la rentabilidad. Por otra parte se puede mejorar la presentación de la compañía y hacer énfasis en nuestros objetivos de manera estratégica para con ello alcanzar un excelente funcionamiento de nuestra entidad comercial.

El planteamiento de un Plan Estratégico facilitara el desarrollo de las actividades y tareas, además permitirá cumplir con los objetivos estratégicos y operativos, estas ayudarán a tener un direccionamiento enfocado a donde debe dirigirse la Empresa y de qué manera se puede realizar el cumplimiento de los mismos y a su vez desempeñar las actividades de manera fácil y rápida por parte de nuestros empleados, optimizando el menor de los recursos posibles.

En la elaboración del Plan Estratégico es importante que todos los que conforman S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., sean partícipes para la elaboración del mismo. Si esta propuesta de Plan Estratégico se concluye de manera exitosa, se obtendrá cambios muy alentadores para la compañía y no solo se obtendrá beneficios económicos sino que también se conseguirá una ventaja competitiva, porque además se propone implementar una tienda online, desde la elección del producto por parte del cliente hasta el pago y los detalles de entrega de los productos que oferte S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ante las demás empresas que brindan el mismo servicio en la ciudad de Guaranda.

## CAPITULO V

### PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS	
Tema de la Propuesta:	“Plan Estratégico para la Administración Efectiva de los Recursos y las Estrategias de Venta en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la Ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, Año 2023”.
Objetivo General:	Proponer un Plan Estratégico para la Administración Efectiva de los Recursos y las Estrategias de Venta en la Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., en la Ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, Año 2023”.
Objetivos Específicos:	Desarrollar un diagnóstico situacional de la Compañía. Realizar un análisis FODA para estudiar todos los factores posibles de la Compañía. Proponer el Plan Estratégico para la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.
Institución Responsable:	Universidad Estatal de Bolívar Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática.
Carrera:	Administración de Empresas.
Ubicación:	Provincia Bolívar, Ciudad de Guaranda.
Dirección:	Av. Elisa Mariño de Carvajal 531
Autores del Proyecto:	AGUILAR BAYAS NEISER LEOGILDO AREVALO AGUALONGO WILLIAN GONZALO
Tutor:	ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÉS BORJA.
Pares Académicos:	ECON. CARMITA GALUTH BORJA BORJA. ECON. SERGIO ENRIQUE FIERRO BARRAGÁN.
Beneficiarios:	La Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. La población de la Ciudad de Guaranda.
Tiempo Estimado:	6 Meses.

## 5. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COMPAÑÍA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

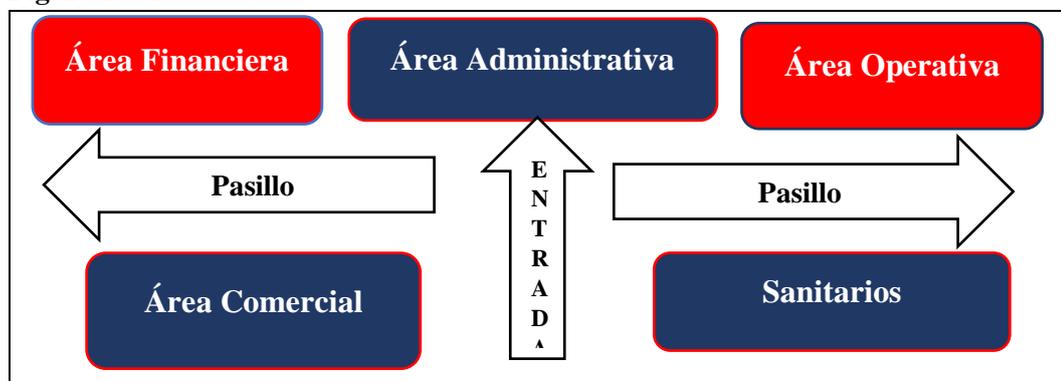
### 5.1 Antecedentes

La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., fundada el 14 de enero del 2004 en la ciudad de Guaranda específicamente en la Av. Elisa Mariño de Carvajal 531, tiene una amplia trayectoria en el mercado Guarandeano. Con un monto aproximado de 75.000 dólares y registrado el 27 de enero del 2004 en el Servicio de Rentas Internas (SRI), es una empresa mayorista que se ha dedicado a la comercialización de libros, periódicos, revistas, al pasar los años fue teniendo una gran acogida he incrementado sus ventas radicalmente, el cual les abrió las puertas a que empiecen a comercializar libros y materiales de oficina.

En la actualidad la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., está conformado por 15 personas, que se dedican a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina en el Cantón, desde sus inicios ha recibido buenas críticas y altas ventas, posicionándose exitosamente en la localidad, alcanzando la solidez en sus actividades socioeconómicas.

La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con una infraestructura propia el cual se encuentra dividida en 5 secciones: Área Administrativa; Área Financiera; Área Operativo; Área Comercial y Sanitarios.

**Figura 23:** Distribución de Planta



## 5.2 Productos que Comercializa

### 5.2.1 Periódicos

Es un medio impreso de comunicación, cuyo propósito es informar los acontecimientos actuales del día, mediante; El amigo del hogar, El comercio, la Hora, El Libertador, El Universo, El Telégrafo entre otros. Los cuales se presentan en un orden cronológico o temático, las noticias, opiniones o anuncios sobre los hechos más importantes ocurridos en un lugar durante un periodo de tiempo determinado. En este sentido, puede ser de alcance nacional, regional o local.

Para su comercialización hoy en día el periódico lo venden a 0.35 ctvs.

Figura 24: Periódico



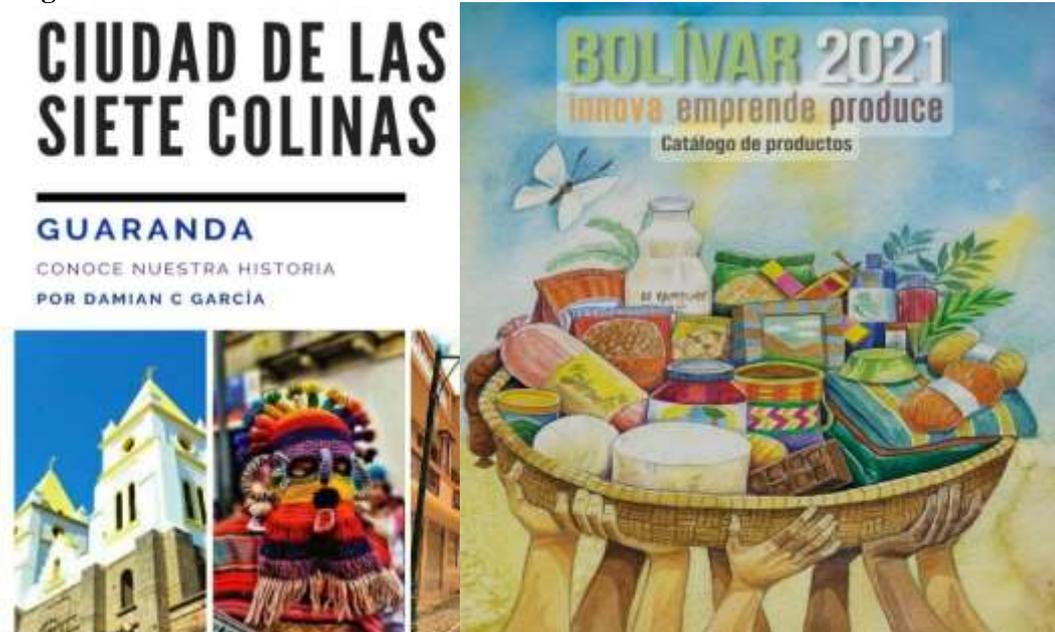
Nota: Investigación de Campo

### 5.2.2 Revistas

Las revistas son publicaciones que a diferencia de los periódicos, no solo por tener ediciones impresas más cuidadas con papel de mejor calidad, es decir que estas ofrecen sucesos o temas que pueden ser de actualidad o de entretenimiento ya sea de carácter Farandulero, Cinematográfico, Científico, Asiático, Religiosas, Deportivas, de Política entre otros. O a su vez esta puede estar dirigido a algún público en específico.

Para su comercialización el precio depende del tipo de revista que desee adquirir, ya sea desde los \$3 hasta \$20 dólares dependiendo del tipo de revista que desee.

**Figura 25:** *Revistas*



*Nota:* Investigación de Campo

### 5.2.3 Libros

Los libros son un conjunto de hojas de papel el cual están encuadernadas, estas contienen textos e imágenes el cual están colocadas en un orden determinado, esto con el fin de transmitir algún tipo de mensaje. Los libros que la compañía ofrece son:

- Libros de literatura
- Libros de consulta y referencia
- Libros artísticos e ilustrados
- Libros divulgativos
- Libros científicos
- Libros biográficos
- Libros de viajes
- Libros religiosos
- Libros de autoayuda etc.

Así como las revistas los precios varían dependiendo del tipo de libro que desee lo pueden adquirir desde los \$6 a 50 dólares.

**Figura 26:** *Libros*



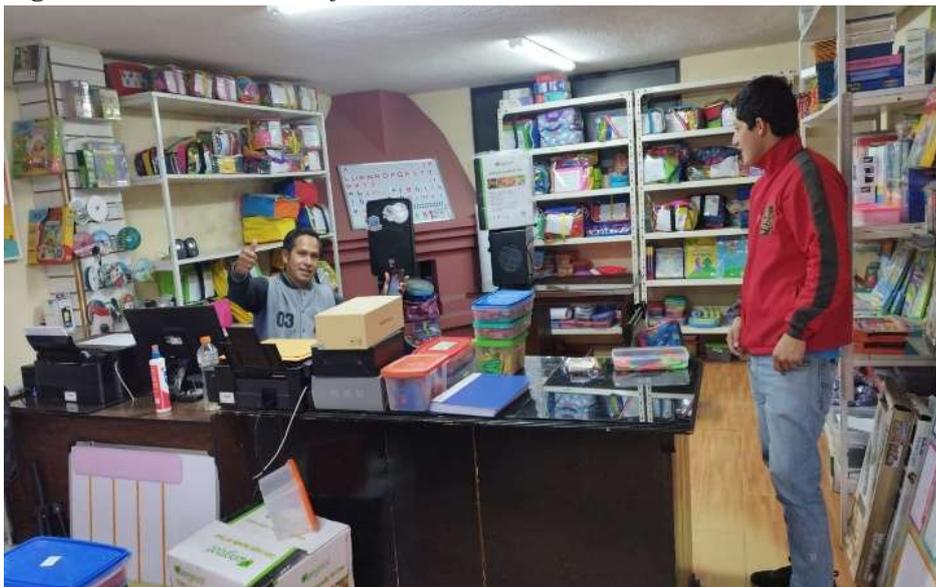
*Nota:* Investigación de Campo

#### ***5.2.4 Materiales de Oficina***

Los Materiales de Oficina forman la base del trabajo diario de la Compañía. Estas son herramientas básicas con las que cada trabajador desempeña sus funciones de manera óptima y ahorrando el máximo tiempo posible. La empresa ofrece los siguientes materiales de oficina:

- Ordenadores
- Escritorio de oficina
- Impresoras
- Papel en diferentes tamaños
- Marcadores de pizarra, resaltadores y bolígrafos
- Tinta y tóner para la impresora
- Engrapadoras, grapas, sujetapapeles y chinchetas
- Cuadernos
- Organizadores
- Trituradoras de papel
- Carpetas de cartón y plásticas
- Carpetas colgantes

**Figura 27:** *Materiales de Oficina*



*Nota:* Investigación de Campo

### **5.3 Proveedores**

Los productos que la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., requiere para su comercialización los obtiene de sus principales proveedores que son de la Empresa de VERA VELEZ PAUL BOLÍVAR ubicado en la ciudad de Guayaquil; Papelería al Mayoreo Quito mismo que se encuentra ubicado en la ciudad de Quito y en ocasiones excepcionales compran a las Papelerías de la Provincia Bolívar.

### **5.4 Clientes**

Los principales clientes de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., son la población misma de la ciudad de Guaranda, así como también los dueños de pequeños y medianos negocios de papelería las cuales son: Papelería Papel y Lápiz, Papelería Sararí, y además incluye a los colegios y escuelas de la localidad y otros puntos en la Provincia Bolívar.

### **5.5 Comercialización**

Para la comercialización de los productos de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., se utiliza los canales directos (compañía S&S-consumidor final) e indirecto (compañía S&S- minorista o mayorista - consumidor final) esto se lo realiza de manera formal e informal ya que cuentan con el punto específico que es la compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

Ubicado en la Av. Elisa Mariño de Carvajal 531 y también recorren las otras ciudades de la Provincia Bolívar como son: Guaranda, Chimbo, San Miguel, Caluma y Chillanes entre otros.

## **5.6 Competencia**

Las principales competencias analizadas son las siguientes: Librería y Papelería OMEGA, Librería San Pedro, Librería y Papelería Jennifer. Así como también los vendedores ambulantes.

Actualmente la competencia directa es la Librería San Pedro, ya que ofrecen los mismos productos que satisfacen las mismas necesidades de nuestros clientes.

### **5.6.1 Análisis de la Situación Actual de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.**

Para hacer el Diagnóstico de la Compañía se utilizó el análisis interno y externo.

En el análisis interno se verán las Fortalezas y Debilidades se tomaran como referencia a las cuatro áreas: Administrativa, Financiera, Operativa y Comercial.

Mientras que para el análisis externo se ha considerado el macro ambiente y microambiente para el macro ambiente se consideró los 6 factores: Político, Ecológico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal el cual están relacionadas con las actividades diarias de la compañía y para el micro ambiente se ha considerado las 5 Fuerzas de Michael Porter.

### **5.2.2 Análisis Interno**

En el análisis interno se procedió a evaluar y analizar los factores internos, utilizando las técnicas de investigación como es la encuesta y la entrevista mediante la cual se determinó las Fortalezas y Debilidades (F, D) que tienen la compañía, con el fin que se propongan estrategias para la mejora de gestión administrativa, financiera, operativa y comercial haciendo uso de estas para un incremento de las ventas de los productos que ofrece la misma.

En el área administrativa se analizó aspectos importantes a considerar como es el conocimiento de funciones, estructura, misión, visión, políticas, objetivo, valores y principios, ya que estos son elementos muy importantes del Plan Estratégico mismos que se encargan de mejorar la eficiencia de la gestión de la compañía.

Mientras que en el área financiera se procedió a conocer y evaluar el manejo de la contabilidad dentro de la compañía, obteniendo como resultados un significativo incremento de ventas durante el periodo escolar, consiguiendo una mayor utilidad y rentabilidad, el cual garantiza que S&S tenga una mayor confiabilidad y seguridad en la distribución y manejo de los recursos.

Dentro del área operativa se analizó la forma en que brindan los servicios, cual es el proceso a seguir para la determinación de los estándares de calidad y si las operaciones que esta realiza dentro de la compañía son eficientes para la optimización de los recursos.

Mientras que en el área comercial se analizará cual es el comportamiento de los mercados al cual se dirige la compañía como: los consumidores, competencia y proveedores con la finalidad de crear estrategias que ayuden al incremento de las ventas de los productos que comercializa.

**Tabla 20: Análisis Interno**

<b>Área</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Administrativa</b>	Existe interés y compromiso por parte de todo el personal de la compañía. Generación de convenios con Instituciones Educativas. Cuenta con la marca patentada.	Falta de un manual de funciones. Misión y visión desactualizada. Inexistencia de principios y valores de la compañía. Inexistencia de un organigrama estructural.
<b>Financiero</b>	Existencia de un contador. Facilidades de pago electrónico.	Débil control de inventario. Carencia de un sistema contable.
<b>Operativo</b>	Infraestructura adecuada. Horarios de trabajo establecidos. Amplia cartera de productos.	Escasez de capacitación en las diferentes áreas.
<b>Comercial</b>	Amplia cartera de proveedores Amplia cartera de clientes. Actualización de la cartera de productos (electrodomésticos: refrigeradoras, cocinas, microondas etc.). Aprovechar los nuevos sistemas de cobro.	Escasez de estrategias de venta. Disminución de ventas Escasa publicidad.

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

## 5.2.2 Análisis Externo

### 5.2.2.1 Macro Ambiente

Dentro de ese Análisis Macro Ambiente se toma en cuenta los Factores Externos como en este caso son lo Político, Ecológico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal el cual están relacionadas con las actividades diarias de la compañía, es por ello que se procedió a realizar un análisis PESTEL para determinar la Oportunidades y Amenazas (O, A) del entorno.

**Tabla 21:** *Análisis Externo*

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Existencia de tiendas online.</li><li>• Existencia de un amplio mercado</li><li>• Crecimiento poblacional.</li><li>• Crear sucursales.</li><li>• Ventas a instituciones públicas y privadas.</li><li>• Facilidades de crédito en instituciones financieras.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sustitución de suministros de oficina por la tecnología.</li><li>• Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios.</li><li>• Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.</li><li>• Variación de precios de los productos por temporadas.</li><li>• Cambios políticos</li><li>• Inseguridad social</li><li>• Convulsión social</li></ul>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

### 5.2.2.2 Microambiente

#### *Matriz de Michael Porter*

Mediante el análisis externo se podrá conocer factores que afectan al funcionamiento y rendimiento de la compañía, como es la competencia, clientes, proveedores, productos sustitutos y nuevos competidores.

Es por eso que para analizar el microambiente se procede a utilizar las 5 fuerzas de Michael Porter:

**Tabla 22:** 5 Fuerzas de Michael Porter

<b>Estrategias Genéricas de Porter.</b>	<b>Descripción</b>
<b>Poder de negociación de clientes.-</b> mientras más se asocian los clientes y la cantidad de compras sean altas, más exigentes será en cuanto a los precios, calidad o servicio.	El poder de negociación de los clientes es bajo, debido a que los precios ya están fijados, razones por la cual los clientes no tienen la posibilidad de regatear. Con la excepción de que cuando el cliente realice una compra al por mayor haya la posibilidad de que exista un descuento.
<b>Poder de negociación de los proveedores.-</b> se da cuando la demanda es mucho más elevada que la oferta.	El poder de negociación de los proveedores es medio, ya que la compañía S&S solo cuentan con dos proveedores: la Empresa de Vera Vélez Paul Bolívar ubicado en la ciudad de Guayaquil y la Papelería al Mayoreo Quito.
<b>Amenaza de entrada de nuevos competidores.-</b> se debe a la existencia de un mayor número de materias primas dentro del sector, por lo que la oferta es mucho más elevada que la demanda.	La posibilidad de que existan nuevos competidores es alta, debido a que existen competidores en línea como es el caso de planeta de libros; periódicos y diarios de Ecuador; revistas líderes y suministros de oficina online entre otros, ya que estos ofrecen los mismos productos y servicios que S&S, especialmente en la comercialización de los materiales de oficina.
<b>Amenaza de productos sustitutos.-</b> hace referencia a la aparición de nuevas empresas que ofrecen los mismos productos o servicios, el cual pueden llegar a sustituir el nuestros.	La amenaza de los productos sustitutos es alta, porque hoy en día ya no compran libros, periódicos y revistas en tiendas físicas sino en tiendas digitales, mientras que en los materiales de oficina si se mantienen ya que son productos indispensables para cualquier tipo de trabajo de oficina.
<b>Rivalidad entre competidores.-</b> se da cuando el número de estrategias entre nuestros competidores es elevado.	La rivalidad entre competidores es alta, ya que la compañía cuenta con los siguientes competidores: Librería y Papelería OMEGA, Librería San Pedro, Librería y Papelería Jennifer. Así como también los vendedores ambulantes.

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

## 5.7 Análisis FODA

**Tabla 23:** FODA

<b>INTERNO</b>	<b>EXTERNO</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe interés y compromiso por parte de todo el personal de la compañía.</li> <li>• Generación de convenios con Instituciones Educativas.</li> <li>• Cuenta con la marca patentada.</li> <li>• Existencia de un contador.</li> <li>• Facilidades de pago electrónico.</li> <li>• Infraestructura adecuada.</li> <li>• Horarios de trabajo establecidos.</li> <li>• Amplia cartera de productos.</li> <li>• Amplia cartera de proveedores</li> <li>• Amplia cartera de clientes.</li> <li>• Actualización de la cartera de productos (electrodomésticos: refrigeradoras, cocinas, microondas etc.).</li> <li>• Aprovechar los nuevos sistemas de cobro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de tiendas online.</li> <li>• Existencia de un amplio mercado</li> <li>• Crecimiento poblacional.</li> <li>• Crear sucursales.</li> <li>• Ventas a instituciones públicas y privadas.</li> <li>• Facilidades de crédito en instituciones financieras.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de un manual de funciones.</li> <li>• Misión y visión desactualizada.</li> <li>• Inexistencia de principios y valores de la compañía.</li> <li>• Inexistencia de un organigrama estructural.</li> <li>• Débil control de inventario</li> <li>• Carencia de un sistema contable.</li> <li>• Escasez de capacitación en las diferentes áreas.</li> <li>• Escasez de estrategias de venta.</li> <li>• Disminución de ventas</li> <li>• Escasa publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustitución de suministros de oficina por la tecnología.</li> <li>• Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios.</li> <li>• Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.</li> <li>• Variación de precios de los productos por temporadas.</li> <li>• Cambios políticos</li> <li>• Inseguridad social</li> <li>• Convulsión social</li> </ul>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

### **5.7.1 Matriz de Impacto**

De acuerdo a los factores encontrados y determinados mediante la Matriz FODA dentro de la Compañía, se realiza la matriz de impacto el cual, permite ponderar cual es el nivel de impacto que tiene cada una de los factores (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

#### ***5.7.1.1 Matriz de Impacto Interno***

Mediante la Matriz de Impacto Interno, se analizó los hechos o tendencias más importante que cooperan al logro del objetivo de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., según el Nivel de Impacto que genere dentro de la misma. Para lo cual la ponderación se realizará a las respectivas Fortalezas y Debilidades de acuerdo a la siguiente calificación:

Si la Fortaleza o Debilidad tiene una alta influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **5**

Si la Fortaleza o Debilidad tiene una mediana influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **3**

Si la Fortaleza o Debilidad tiene una baja influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **1**

**Tabla 24: Matriz de impacto Interno**

<b>FACTORES INTERNOS</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>Alto = 5</b>	<b>Medio = 3</b>	<b>Bajo = 1</b>
Existe interés y compromiso por parte de todo el personal de la compañía.	X		
Generación de convenios con Instituciones Educativas.	X		
Cuenta con la marca patentada.	X		
Existencia de un contador.	X		
Facilidades de pago electrónico.	X		
Infraestructura adecuada.	X		
Horarios de trabajo establecidos.	X		
Amplia cartera de productos.	X		
Amplia cartera de proveedores	X		
Amplia cartera de clientes.	X		
Actualización de la cartera de productos (electrodomésticos: refrigeradoras, cocinas, microondas etc.).	X		
Aprovechar los nuevos sistemas de cobro.	X		
<b>DEBILIDADES</b>			
Falta de un manual de funciones.	X		
Misión y visión desactualizada.	X		
Inexistencia de principios y valores de la compañía.	X		
Inexistencia de un organigrama estructural.	X		
Débil control de inventario		X	
Carencia de un sistema contable.	X		
Escasez de capacitación en las diferentes áreas.		X	
Escasez de estrategias de venta.	X		
Disminución de ventas	X		
Escasa publicidad.	X		
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Como se puede evidenciar en la Matriz de Impacto Interno, en su mayoría el nivel de Impacto es Alto, porque cuentan con Fortalezas que serán aprovechadas al máximo para al logro del objetivo de la Compañía, mientras que el Nivel de Impacto de las Debilidades es Alto y Medio mismos que perjudican al desarrollo de la misma, es por ello que se debe implementar estrategias de solución y prevención ante estas Debilidades.

### ***2.3.1.2 Matriz de Impacto Externo***

La Matriz de Impacto Externo, analiza la importancia e influencia que cooperan al cumplimiento del objetivo de la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., según el nivel de impacto que generen en el ambiente externo. Para lo cual la ponderación se realizó a las respectivas Oportunidades y Amenazas de acuerdo a la siguiente calificación:

Si la Oportunidad o Amenaza tiene una alta influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **5**

Si la Oportunidad o Amenaza tiene una mediana influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **3**

Si la Oportunidad o Amenaza tiene una baja influencia al cumplimiento del objetivo de la compañía = **1**

**Tabla 25: Matriz de impacto Externo**

<b>FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Alto = 5</b>	<b>Medio = 3</b>	<b>Bajo = 1</b>
Existencia de tiendas online.	X		
Existencia de un amplio mercado	X		
Crecimiento poblacional.	X		
Crear sucursales.	X		
Ventas a instituciones públicas y privadas.	X		
Facilidades de crédito en instituciones financieras.		X	
<b>AMENAZAS</b>			
Sustitución de suministros de oficina por la tecnología.		X	
Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios.		X	
Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.		X	
Variación de precios de los productos por temporadas.		X	
Cambios políticos		X	
Inseguridad social		X	
Convulsión social	X		
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>0</b>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Como se puede evidenciar en la tabla de Matriz Externo tenemos un nivel de Impacto Alto de todas las Oportunidades que se han podido analizar, las cuales serán aprovechadas para el beneficio directo de la compañía. Mientras que las Amenazas están afectando en su gran mayoría en un nivel de impacto medio, las cuales afectan al desarrollo de la compañía es por ello que se debe implementar estrategias de solución y prevención ante las mismas Amenazas.

### **5.7.2 Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas**

Para la ejecución de esta matriz de correlación entre las Debilidades y Amenazas, se le asignará una ponderación, con el fin de determinar los hechos o tendencias más importantes que cooperan al logro de los objetivos de la compañía o favorecer al desarrollo de la misma. Para lo cual la ponderación se realizará de acuerdo a la siguiente calificación:

Si la Debilidad tiene relación con la Amenaza será = 5

Si la Debilidad no tiene relación con la Amenaza será = 1

Si la Debilidad y la Amenaza tienen mediana relación será = 3

**Tabla 26: Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas**

DEBILIDADES	AMENAZAS							TOTAL
	A1 Sustitución de suministros de oficina por la tecnología.	A2 Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos.	A3 Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.	A4 Variación de precios de los productos por temporadas.	A5 Cambios políticos	A6 Inseguridad social	A7 Convulsión social	
D1 Falta de un manual de funciones.	1	1	1	1	1	1	1	7
D2 Misión y visión desactualizada.	1	1	1	1	1	1	1	7
D3 Inexistencia de principios y valores de la compañía.	1	3	3	1	1	1	1	11
D4 Inexistencia de un organigrama estructural.	3	3	3	1	1	1	1	13
D5 Débil control de inventario	1	1	1	1	1	1	1	7
D6 Carencia de un sistema contable.	1	1	1	1	1	1	1	7
D7 Escasez de capacitación en las diferentes áreas.	1	1	1	1	1	1	1	7
D8 Escasez de estrategias de venta.	5	5	1	1	1	1	1	15
D9 Escasa publicidad.	3	5	3	1	1	1	1	15
D10 Disminución de ventas.	1	1	1	1	1	1	1	7
<b>TOTALΣ</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>Σ96</b>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Como se puede evidenciar en la matriz de correlación Debilidades y Amenazas, los riesgos que no son favorables para la compañía como es la escasez de estrategias de venta, la escasa publicidad y la competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios, como es evidente estas tienen una calificación alta, razón por la cual el problema es alto, por ende hay que brindar una solución inmediata ante estos riesgos.

### **5.7.3 Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades**

Para el análisis de esta Matriz de Correlación entre las Fortalezas y Oportunidades, se les asignará una ponderación, con el fin de determinar acciones estratégicas más importantes que cooperan al logro de los objetivos de la Compañía o favorecer al desarrollo del mismo. Para lo cual la ponderación se realizará de acuerdo a la siguiente calificación:

Si la Fortaleza tiene relación con la Oportunidad será = 5

Si la Fortaleza no tiene relación con la Oportunidad será = 1

Si la Fortaleza y la Oportunidad tienen mediana relación será = 3

**Tabla 27: Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>						<b>TOTAL</b>
	<b>O1</b> Existencia de tiendas online.	<b>O2</b> Existencia de un amplio mercado.	<b>O3</b> Crecimiento poblacional.	<b>O4</b> Crear sucursales.	<b>O5</b> Ventas a instituciones públicas y privadas.	<b>O6</b> Facilidades de crédito en instituciones financieras.	
<b>F1</b> Existe interés y compromiso por parte de todo el personal de la compañía.	3	3	1	1	1	1	<b>10</b>
<b>F2</b> Generación de convenios con Instituciones Educativas.	5	5	5	5	3	3	<b>26</b>
<b>F3</b> Cuenta con la marca patentada.	3	3	3	3	3	1	<b>16</b>
<b>F4</b> Existencia de un contador.	1	3	1	1	1	3	<b>10</b>
<b>F5</b> Facilidades de pago electrónico.	5	5	5	5	3	3	<b>26</b>
<b>F6</b> Infraestructura adecuada.	3	3	1	1	1	1	<b>10</b>
<b>F7</b> Horarios de trabajos establecidos.	1	3	1	1	1	1	<b>8</b>
<b>F8</b> Amplia cartera de productos.	3	3	5	3	1	1	<b>16</b>
<b>F9</b> Amplia cartera de proveedores	3	3	1	1	1	1	<b>10</b>
<b>F10</b> Amplia cartera de clientes.	3	3	3	3	1	3	<b>16</b>
<b>TOTAL</b> Σ	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>Σ148</b>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Se evidencia en la Matriz, las Oportunidades y Fortalezas de mayor incidencia de impacto que reflejan para la compañía es el amplio mercado con el que cuenta, mismos que tendrán la oportunidad de generar convenios con instituciones educativas, y a su vez tendrán las facilidades de pago electrónicos, lo cual garantiza una comercialización positiva con el fin de generar rentabilidad y utilidades para la compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

#### 5.7.4 Matriz Priorizada FODA

En esta Matriz se plasma los Factores Internos y Externos más importantes; Fortalezas y Oportunidades que contribuyen al desarrollo de la compañía, Debilidades y Amenazas que dificultan el desarrollo de la misma. Para ello, las variables se ordenarán de acuerdo con las ponderaciones previamente adquiridas, que se reflejan de forma jerárquica de mayor a menor ponderación. Esto permitirá determinar qué factores requieren una acción estratégica prioritaria.

**Tabla 28:** Matriz Priorizada FODA

Jerarquía	Variables	Ponderación
<b>FORTALEZAS</b>		
1	<b>F5</b> Facilidades de pago electrónico.	26
2	<b>F2</b> Generación de convenios con Instituciones Educativas.	26
3	<b>F10</b> Amplia cartera de clientes.	16
4	<b>F8</b> Amplia cartera de productos.	16
5	<b>F3</b> Cuenta con la marca patentada.	16
6	<b>F9</b> Amplia cartera de proveedores	10
7	<b>F6</b> Infraestructura adecuada.	10
8	<b>F4</b> Existencia de un contador.	10
9	<b>F1</b> Existe interés y compromiso por parte de todo el personal de la compañía.	10
10	<b>F7</b> Horarios de trabajos establecidos.	8
<b>OPORTUNIDADES</b>		
1	<b>O2</b> Existencia de un amplio mercado.	34
2	<b>O1</b> Existencia de tiendas online.	30
3	<b>O3</b> Crecimiento poblacional.	26
4	<b>O4</b> Crear sucursales.	24
5	<b>O6</b> Facilidades de crédito en instituciones financieras.	18
6	<b>O5</b> Ventas a instituciones públicas y privadas.	16

---

### DEBILIDADES

1	D9 Escasa publicidad.	15
2	D8 Escasez de estrategias de venta.	15
3	D4 Inexistencia de un organigrama estructural.	13
4	D3 Inexistencia de principios y valores de la compañía.	11
5	D10 Disminución de ventas.	7
6	D7 Escasez de capacitación en las diferentes áreas.	7
7	D6 Carencia de un sistema contable.	7
8	D5 Débil control de inventario	7
9	D2 Misión y visión desactualizada.	7
10	D1 Falta de un manual de funciones.	7

### AMENAZAS

1	A2 Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios.	22
2	A1 Sustitución de suministros de oficina por la tecnología.	18
3	A3 Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.	16
4	A7 Convulsión social	10
5	A6 Inseguridad social	10
6	A5 Cambios políticos	10
7	A4 Variación de precios de los productos por temporadas.	10

---

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Como se pudo evidenciar en las matrices del FODA los factores que más contribuyen al desarrollo de la compañía son las Fortalezas y Oportunidades, mismas que se realizarán estrategias para aprovecharlas al máximo, mientras que los factores que obstaculizan el funcionamiento de la misma son las Debilidades y Amenazas, las cuales se crearan estrategias con el fin de evitarlas o disminuirlas.

### 5.7.5 ESTRATEGIAS DEL FODA CRUZADO

**Tabla 29:** Estrategias del FODA Cruzado

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<b>F1</b> Facilidades de pago electrónico. <b>F2</b> Generación de convenios con Instituciones Educativas. <b>F3</b> Amplia cartera de clientes. <b>F4</b> Infraestructura adecuada. <b>F5</b> Horarios de trabajos establecidos.	<b>D1</b> Escasez de estrategias de venta. <b>D2</b> Escasa publicidad. <b>D3</b> Inexistencia de un organigrama estructural. <b>D4</b> Disminución de ventas. <b>D5</b> Débil control de inventario
<b>Oportunidades</b>	<b>ESTRATEGIAS FO. OFENSIVAS</b>	<b>ESTRATEGIAS DO. DEFENSIVAS</b>
<b>O1</b> Existencia de un amplio mercado. <b>O2</b> Existencia de tiendas online. <b>O3</b> Crecimiento poblacional. <b>O4</b> Crear sucursales. <b>O5</b> Facilidades de crédito en instituciones financieras.	<b>(F1,F3,O1,O5)</b> Incrementar las ventas en el mercado, mediante el lanzamiento de nuevos productos acorde a las exigencias de los clientes. <b>(F2,O2,O4)</b> Asignar un presupuesto para diseñar plataformas digitales, atrayendo nuevos clientes gracias a la variedad de productos. <b>(F4,F5,O3)</b> Adecuar las áreas de trabajo acorde a los horarios establecidos en el código de trabajo.	<b>(D1,D2,O1,O2)</b> Mejorar las estrategias de venta para la comercialización de nuevos productos mediante tiendas online haciendo uso de páginas publicitarias. <b>(D3,O3)</b> Proponer el organigrama estructural y el manual de funciones para una mejor organización empresarial. <b>(D4,O5,D5,O4)</b> Proponer el sistema de control de inventario, Primero en Entrar Primero en Salir (PEPS), a fin de que los productos que entraron primeros sean los primeros en salir.
<b>Amenazas</b>	<b>ESTRATEGIAS FA. REORIENTACIÓN</b>	<b>ESTRATEGIAS DA. SUPERVIVENCIA</b>
<b>A1</b> Competencia de otras compañías que ofrecen los mismos productos a menos precios. <b>A2</b> Sustitución de suministros de oficina por la tecnología. <b>A3</b> Cambios de preferencia de los clientes hacia la marca.	<b>(F1,F2,F3,A1)</b> Plantear promociones en los diferentes productos con la finalidad de conservar o atraer nuevos clientes del mercado. <b>(F4,A2,A3)</b> Mejorar los puntos de venta con la tecnología acorde a las exigencias de los clientes.	<b>(D1,D3,A1)</b> Establecer estrategias de venta a largo plazo frente a la competencia haciendo uso de un Plan Estratégico. <b>(D2,D4,A2,A3)</b> Plantear estrategias de marketing acorde al mercado al cual se dirige S&S. <b>(D5)</b> Proponer un sistema de control de inventario (PROMEDIO) para la compañía.

*Nota:* Elaborado por Willian Arevalo & Neiser Aguilar

## **5.7 Propuesta del Plan Estratégico**

### **5.7.1 Misión y Visión**

Cabe mencionar que la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., si cuenta con una Misión y Visión establecida desde el momento de su creación, pero esta nunca ha sido actualizada razón por la cual dentro del presente Plan Estratégico se propone actualizar y mejorarla acorde a las exigencias del entorno.

Pasos y Elementos que se ha considerado, para el planteamiento de la Misión y Visión.

#### **Misión**

La Misión es la razón de ser el motivo por que se creó la Compañía y por la cual existe, donde se constituirán las funciones principales que se desempeñan en un ambiente determinado.

#### **Elementos que servirán para la elaboración de la Misión:**

- Describir las metas de los clientes y mercados
- Identificar los productos y servicios
- Detallar el dominio grafico
- Identificar los recursos tecnológicos
- Formular responsabilidades con el fin de crecer y obtener ganancias
- Definir los elementos primordiales de la compañía
- Relatar el auto concepto de la compañía
- Identificar cual sería nuestra imagen frente al publico

## Hemos considerado las consiguientes interrogantes:

**Tabla 30:** *Interrogantes de la Misión*

<b>¿Quiénes somos?</b>	Una Empresa mayorista dedicada a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina.
<b>¿Qué hacemos?</b>	Comercializar libros, periódicos, revistas y materiales de oficina de calidad.
<b>¿Cómo lo hacemos?</b>	Brindando productos de calidad con un excelente servicio a todos los clientes.
<b>¿Quién lo hace?</b>	Propietario y empleados comprometidos con la compañía.
<b>¿Dónde lo hacemos?</b>	La comercialización lo hacemos en la provincia de Bolívar y sus alrededores.
<b>¿Para quienes lo hacemos?</b>	Para los pobladores de la provincia Bolívar y sus alrededores.
<b>¿Por qué lo hacemos?</b>	Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

## Visión

La Visión es una afirmación que nos indica hacia dónde va encaminada nuestra Compañía a largo plazo o a su vez en lo que se espera llegar a ser a futuro.

El motivo principal por la que se establecerá la Visión en la Compañía es para que sirva como directriz, para cada uno de los que conforman S&S SINMALEZA SÁNCHEZ Cía. Ltda., encaminándose así a un mismo objetivo, es decir, con el eficiente planteamiento de objetivos y estrategias que serán de gran ayuda para una correcta toma de decisiones dentro de la misma.

### Elementos que servirán para la elaboración de la Visión:

- Longitud de tiempo
- Integradora
- Amplia y minuciosa
- Auténtica y confortadora
- Debe ser prudente y medible
- Debe ser estable
- Debe ser divulgada interna y externa mente

## Hemos considerado las consiguientes interrogantes:

**Tabla 31:** *Interrogantes de la Visión*

<b>¿Quiénes seremos?</b>	Seremos una Empresa mayorista dedicada a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina con altos estándares de calidad en la Provincia.
<b>¿Qué haremos?</b>	Ofreceremos y comercializaremos libros, periódicos, revistas y materiales de oficina de calidad.
<b>¿Cómo lo haremos?</b>	Brindando productos de calidad con un excelente servicio a precios justos.
<b>¿Quién lo hará?</b>	Propietario y empleados comprometidos en la compañía.
<b>¿Dónde lo haremos?</b>	Dentro y fuera de nuestro local con el fin de que nuestros clientes puedan apreciar la calidad de los productos que comercializamos.
<b>¿Para quienes lo haremos?</b>	Para los pobladores de la provincia Bolívar y sus alrededores.
<b>¿Por qué lo haremos?</b>	Con el fin de obtener una excelente rentabilidad, mejores remuneraciones del personal y alcanzar la satisfacción total de nuestros clientes.

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

### **Misión actual:**

*“Brindar productos y servicios de ciencia y tecnología de óptima calidad cumpliendo con efectividad en cada una de las necesidades y expectativas actuales y futuras que requieren los clientes, con un personal capacitado, alineado al trabajo en equipo cuyas acciones y resultados reflejen la aceptación en el mercado provincial y nacional, contribuyendo al bienestar de sus colaboradores y la comunidad.”*

### **Visión actual:**

*“Ser la mejor compañía administrada bajo las normas calificadas ISO9000 con un personal altamente competente y directivos creativos e innovadores comprometidos con la investigación y desarrollo empresarial cuyas estrategias generen productos y servicios de excelente calidad y precios justos liderando el mercado provincial y nacional; contribuyendo a mejorar el nivel de vida de familias ecuatorianas.”*

### **5.7.2 Misión y Visión Propuestas**

#### **MISIÓN**

“Somos una Compañía mayorista dedicada a la comercialización de una innumerable variedad de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina de calidad, con altos esquemas de particularidad, satisfaciendo así todas las necesidades de nuestros clientes locales y provinciales”

#### **VISIÓN**

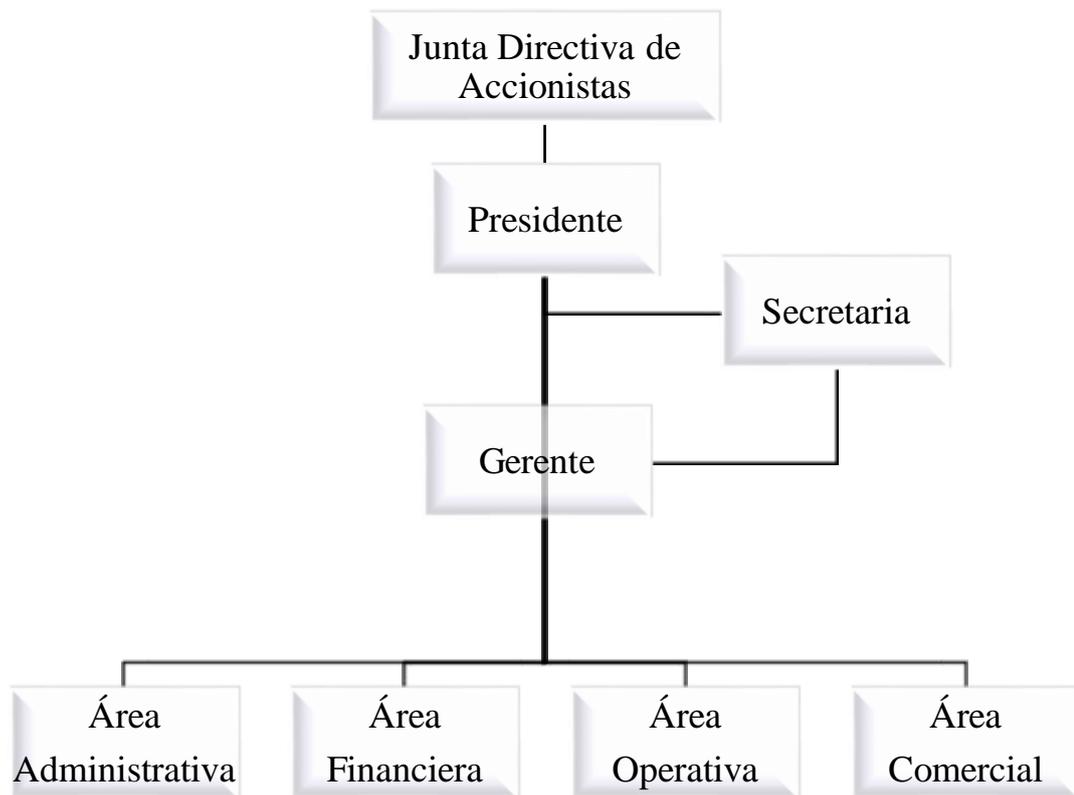
“Hasta el 2028, deseamos posicionarnos como una Compañía líder en el mercado nacional, con un personal altamente competente para la comercialización de los productos que ofertamos, satisfaciendo las necesidades de clientes internos y externos”

### **5.7.3 Objetivo Propuesto**

El objetivo es el resultado que las compañías desean alcanzar o conseguir, ya que es fundamental para alcanzar el éxito empresarial, también está servirá como motivación para todo el personal de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., entonces el Objetivo es el siguiente:

“Comercializar una gran variedad de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina de calidad.”

### 5.7.4 Propuesta del Organigrama



### 5.7.5 Propuesta del Manual de Funciones.

**Tabla 32:** *Manual de Funciones Gerencia*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Presidencia	
<b>Supervisado por:</b>	Junta de Accionistas	
<b>Supervisa a:</b>	Presidente	
<b>Objetivo del Área:</b>	Coordinar las actividades de trabajo de todos los departamentos y áreas de la estructura organizativa de la Compañía.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Estudios de tercer nivel en Administración o Economía. Experiencia de 5 años en Áreas Administrativas. Conocer los estatutos manuales y lineamientos de la Compañía. Ser socio activo de la Compañía.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar decisiones sobre la Compañía.</li> <li>• Administrar las actividades de la compañía en cada una de las áreas.</li> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar la Compañía.</li> <li>• Planificar reuniones con los fundadores, de acuerdo al cronograma establecido por la junta directiva.</li> <li>• Delegar funciones a las distintas Áreas</li> <li>• Incentivar al personal de manera que estas realicen sus funciones de manera responsable.</li> <li>• En cuanto a sus actividades apearse estrictamente al reglamento interno de la Compañía.</li> </ul>		
<b>Firmas:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Junta de Accionistas</b> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Presidente</b> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *William Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 33:** Manual de Funciones Gerencia

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Administrativa	
<b>Supervisado por:</b>	Gerente General	
<b>Supervisa a:</b>	Director Administrativo	
<b>Objetivo del Área:</b>	Coordinar actividades de la compañía, verificando los procedimientos y dar cumplimiento a las normativas y procedimientos establecidos a fin de alcanzar el éxito empresarial.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Estudios de tercer nivel en Administración o Economía. Experiencia como gerente general o puesto similar. Poseer capacidad de liderazgo. Innovador y Creativo.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma decisiones sobre la Compañía.</li> <li>• Supervisar las actividades diarias de la Compañía.</li> <li>• Establecer objetivos de crecimiento y crear estrategias.</li> <li>• Desarrollar políticas y procedimientos.</li> <li>• Mantener los presupuestos, optimizando gastos.</li> <li>• Delegar funciones a las distintas Áreas</li> <li>• Incentivar al personal de manera que estas realicen sus funciones de manera responsable.</li> </ul>		
<b>Firmas:</b>  <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Gerente General</b> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Director Administrativo</b> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 34:** *Manual de Funciones Secretaria*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Secretaría	
<b>Supervisado por:</b>	Presidencia	
<b>Supervisa a:</b>	Secretaria	
<b>Objetivo del Área:</b>	Responsable de redactar informes, cartas, oficios y otra documentación requerida, además atender las llamadas telefónicas, organizar reuniones, llevar un control de la agenda del jefe y atender a las visitas.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Amplia base académica. Tener conocimiento de mecanografía. Capacidad de actuar por sí mismos. Respetar la confidencialidad de la información de la Compañía. Amplia Experiencia laboral.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar las comunicaciones, tanto orales, escritas y digitales (Teléfono, correos electrónicos, oficios).</li> <li>• Establecer agendas de trabajo, emitidas por la máxima autoridad.</li> <li>• Redactar documentos o acuerdos con los proveedores.</li> <li>• Gestionar y archivar documentos generados dentro del año fiscal.</li> <li>• Proveer de una agenda actualizada incluyendo a todos los trabajadores de la compañía, así como también de clientes y proveedores.</li> <li>• Notificar todo lo relativo de la compañía al Gerente General</li> </ul>		
<b>Firmas:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0.5px solid black;"/> <p><b>Presidente</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0.5px solid black;"/> <p><b>Secretaria</b></p> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 35:** Manual de Funciones Talento Humano

 <b>Sinmaleza Sánchez</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Talento Humano	
<b>Supervisado por:</b>	Presidencia	
<b>Supervisa a:</b>	Gerente General	
<b>Objetivo del Área:</b>	Analizar y seleccionar al personal capacitado para los diferentes puestos de trabajo, definiendo sus funciones y responsabilidades, así como también el determinar los sistemas re tributarios y de promoción interna que garantice la igualdad de oportunidades dentro de la compañía.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Estudios de tercer nivel en Administración y Recursos Humanos. Habilidades Sociales y de Comunicación. Experiencia en puestos gerenciales o similares. Saber trabajar en equipo. Poseer capacidades de liderazgo.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina actividades del personal que involucra la Compañía.</li> <li>• Reclutar y seleccionar al personal apto para desarrollar una función específica.</li> <li>• Coordinan y responden por el pago de sueldos y liquidación cuando corresponden.</li> <li>• Diseñar y aplicar un Plan de Capacitación para el Personal.</li> <li>• Archivar las hojas de vida del personal de la Compañía.</li> <li>• Gestión y evaluación del rendimiento de los que conforman la Compañía.</li> </ul>		
<b>Firmas:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Presidente</b> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <b>Gerente General</b> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 36: Manual de Funciones Financiero**

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Financiera	
<b>Supervisado por:</b>	Gerente General	
<b>Supervisa a:</b>	Jefe Financiero	
<b>Objetivo del Área:</b>	Responsable del manejo y la administración de los recursos financieros de la compañía, correspondientes tanto a los activo como a los pasivos de la compañía, así como también el realizar los pagos que está obligada la propia compañía.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Amplia Formación Profesional en Contabilidad y Administración de Empresas. Experiencia laboral en Áreas Financieras. Manejo rápido de las cuentas contables. Ideología táctica con una visión empresarial.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica y elabora los presupuestos.</li> <li>• Pagos de las nóminas de los empleados.</li> <li>• Asignación de presupuestos a las demás áreas.</li> <li>• Análisis y resolución de problemas financieros.</li> <li>• Conocimiento y Análisis del mercado.</li> <li>• Obtención de recursos.</li> <li>• Elaboración de estados financieros.</li> </ul>		
<b>Firmas:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Gerente General</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Jefe Financiero</b></p> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *William Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 37:** Manual de Funciones Operativa

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Ruc: 0291502830001</b>
<b>Área:</b>	Operativa	
<b>Supervisado por:</b>	Gerente General	
<b>Supervisa a:</b>	Jefe Operativo	
<b>Objetivo del Área:</b>	Es una práctica que implica planificar, ejecutar y monitorear acciones dentro de la compañía, con la finalidad de mejorar el desempeño de los procesos internos, aumentando su eficiencia y productividad.	
<b>Requisitos del Puesto</b>	Manejo de dispositivos informáticos. Experiencia en puestos operativos o puestos similares. Rápido manejo de la logística. Capacidad para organizar.	
<b>Funciones Principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar y mejorar la calidad del producto.</li> <li>• Innovar los productos.</li> <li>• Aplicar principios éticos.</li> <li>• Administrar los sistemas de seguridad</li> <li>• Mayor eficiencia y Flexibilidad laboral.</li> <li>• Mayor control en el Inventario.</li> </ul>		
<b>Firmas:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Gerente General</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Jefe Operativo</b></p> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

**Tabla 38:** *Manual de Funciones Comercial*

 <p><b>Sinmaleza Sánchez</b></p>	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES</b></p>	<p><b>Ruc: 0291502830001</b></p>
<p><b>Área:</b></p>	<p>Comercial</p>	
<p><b>Supervisado por:</b></p>	<p>Gerente General</p>	
<p><b>Supervisa a:</b></p>	<p>Jefe Comercial</p>	
<p><b>Objetivo del Área:</b></p>	<p>Se encarga de estudiar a los clientes, la competencia y al mercado en general, así como también realizan estudios y análisis para crear planes lucrativos detallados sobre las oportunidades comerciales y así promocionar los productos o servicios que la compañía S&amp;S Sinmaleza ofrece.</p>	
<p><b>Requisitos del Puesto</b></p>	<p>Ser un excelente negociador.          Contar con experiencia comercial.          Conocer los procesos de venta.          Saber analizar los ingresos y egresos.          Habilidades sociales.</p>	
<p><b>Funciones Principales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar nuevos mercados</li> <li>• Evaluar a la competencia.</li> <li>• Desarrollar estrategias de marketing.</li> <li>• Impulsar al posicionamiento de la marca de la empresa.</li> <li>• Mejorar los procesos de venta atención al cliente.</li> <li>• Elaborar campañas promocionales.</li> <li>• Escuchar las necesidades del cliente.</li> </ul>		
<p><b>Firmas:</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Gerente General</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p><b>Jefe Comercial</b></p> </div> </div>		

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

### **5.7.6 Políticas**

Las Políticas son aquellas que ayudará al cumplimiento del objetivo principal de la empresa. Es decir que es un plan inquebrantable el cual facilita las reglas generales, con el fin de orientar el movimiento administrativo en trayectorias concretas.

Para la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., se establecido las siguientes políticas internas las cuales ayudarán a mantener la coherencia en las operaciones de su gestión empresarial.

1. Los trabajadores encargados de las distintas actividades iniciarán y terminarán sus labores en el lugar de trabajo y si deben atender a cualquier otra actividad anexa a su ocupación principal deben dejar un remplazo para cumplir con sus actividades.
2. Los trabajadores de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., deberán brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes y su vez aceptar reclamos y sugerencias.
3. Todos los integrantes de la Compañía deben mantener un comportamiento ético, empezando desde la alta gerencia hasta los clientes.
4. Posterior al reclutamiento de nuevos trabajadores para S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., deberán asistir al curso de capacitación para la atención de cliente y de ventas, el cual será proporcionado por la misma.
5. Se ha establecido cinco días de trabajo obligatorio, cumpliendo con ocho (8) horas diarias por el cual todos los miembros quienes conforman S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., deberán permanecer en sus áreas de trabajo cumpliendo a cabalidad sus actividades asignadas por su jefe.
6. Todos los trabajadores de la Compañía tendrán derecho a solicitar permisos para faltar a sus labores, debido a una calamidad doméstica, actividades extras; siempre y cuando sea comunicado a su jefe con anticipación de un máximo de 3 días laborables.
7. Cada trabajador tiene la obligación de mantener ordenado y limpio el área donde desempeña sus actividades diarias.

8. Cualquier infracción grave o no cumplir con estas políticas los trabajadores serán sancionados con las medidas de suspensión o destitución del trabajo, considerando las normas del código de trabajo.

### **5.7.7 Principios**

Los Principios son parámetros de valores y creencias que fortalecen el desarrollo laboral de las empresas u organizaciones y que estas determinan las líneas de trabajo y la ideología de la misma.

#### **Primer Principio**

**Trabajo en Equipo:** Es la capacidad de trabajar juntos para lograr una visión común de la organización. Cada miembro y socio debe aclarar las responsabilidades y funciones del trabajo que realiza en la unidad organizacional y esforzarse por lograr una buena comunicación y cooperación.

#### **Segundo Principio**

**Transparencia:** Transparencia significa que todos los procesos y procedimientos, información, actividades administrativas y todas las actividades organizativas deben ser proporcionados con absoluta claridad con base en la acción ejecutiva.

#### **Tercer Principio**

**Desarrollo de las capacidades humanas:** Se centra en valorar las múltiples habilidades de cada miembro de la organización, respetando la autonomía personal y profesional, fomentando la retroalimentación y evaluación constante de resultados y actividades como forma de autorregulación. Apuntar al crecimiento continuo, la previsibilidad y la satisfacción laboral.

#### **Cuarto Principio**

**Responsabilidad Social Empresarial:** Se trata de una reflexión ética sobre los negocios, formulada en relación con la sostenibilidad como valor central, y aborda todos los elementos de la organización desde una nueva perspectiva transversal para inspirar nuevos modelos de gestión que definan la sostenibilidad como criterio clave de desempeño.

### 5.7.8 Valores

- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Respeto.
- Honestidad.
- Transparencia.
- Empatía.
- Solidaridad.
- Lealtad.
- Honestidad.
- Protección del medio ambiente.
- Trabajo en equipo.

### 5.8 Estrategias

#### 5.8.1 Plan Táctico Operativo

Mediante los aspectos importantes en relación a la planeación estratégica se procede a elaborar un Plan Táctico Operativo en función de las áreas existentes de Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., acorde a las necesidades de cada área, para ello se considerará los objetivos, estrategias, responsables, logros, metas.

Para la realización del Plan táctico Operativo se ejecutará en función de los objetivos y estrategias propuestas en el Plan Estratégico

#### 4.1.1 Plan Área Administrativa

**Tabla 39:** Plan Área Administrativa

Plan	Objetivo	Estrategia	Responsable	Presupuesto
<b>Plan de Capacitación Organizacional</b>	Mejorar las habilidades y mejorar las competencias	Aplicar procesos de capacitación empresarial 2 veces al año acorde a la función desempeñada.	Gerencia Administración	\$ 400

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

A través de esta esta propuesta de Plan de Capacitación Organizacional se pretende fortalecer los conocimientos y mejorar las habilidades de todos quienes conforman Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., y con ello interactuar de mejor manera en el entorno laboral y cumplir con el trabajo con excelencia.

**Nota:** Los precios de las capacitaciones pueden variar acorde al entorno en donde se desarrolla las operaciones.

### 5.8.2 Plan Área Financiera

**Tabla 40:** Plan Área Financiera

Plan	Objetivo	Estrategia	Responsable	Presupuesto
<b>Plan de Gestión Financiera</b>	Proponer la adquisición de un sistema de control de inventario (PEPS, PROMEDIO u otro sistema).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adquirir un sistema contable (SOFYA) en línea con planes de pago mensual.</li> <li>Implementar un sistema para controlar los inventarios.</li> </ul>	Gerencia Administración	\$ 2000

**Nota:** Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Al no disponer de un sistema de control de inventarios la Compañía, se propone que se adquiera un sistema de control de inventario este puede ser PEPS, PROMEDIO u otro sistema, cabe indicar que mediante la investigación de campo realizado, se identificó que la compañía lleva registros de sus productos a través de plantillas de Excel.

**Nota:** Cabe indicar que los precios del software pueden variar dependiendo del sistema que se desee implementar.

### 5.8.3 Plan Área Operativa

**Tabla 41:** Plan Área Operativa

Plan	Objetivo	Estrategia	Responsable	Presupuesto
<b>Plan de Crecimiento en Ventas</b>	Incrementar un 20% las ventas para el año 2024.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar nuevos contratos con proveedores.</li> <li>Establecer convenios con las instituciones educativas de la localidad.</li> <li>Generar promociones de los productos por temporada.</li> </ul>	Gerencia Administración	\$ 300

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

En esta área operativa mediante el Plan de Mejoramiento Empresarial se propone mejorar la cartera de productos mediante nuevos contratos con proveedores y con una facilidad de pagos, a su vez captar nuevos clientes mediante convenios con las instituciones educativas de la localidad.

### 5.8.4 Plan Área Comercial

**Tabla 42:** Plan Área Comercial

Plan	Objetivo	Estrategia	Responsable	Presupuesto
<b>Plan de Gestión Comercial</b>	Implementar estrategias de publicidad y una tienda online para la comercialización de los productos que ofrece la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuñas radiales en las estaciones de la localidad para promocionar los productos.</li> <li>Publicidad en redes sociales, Facebook, Instagram, TikTok.</li> <li>Tienda online</li> </ul>	Gerencia Administración	\$ 100

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Al aplicar estrategias de publicidad se podrá dar a conocer a más personas los productos que ofrece la compañía y esto permitirá que las personas naturales o jurídicas tengan la posibilidad de conocer y recomendar a nuevos clientes, una de las estrategias es difundir mediante cuñas radiales que serán transmitidos en la Radio Turbo; con un modelo presentado en el anexo 12. De la misma manera en redes sociales con la, creación de páginas webs en las que se plasma información visual de los productos que ofrece esta compañía, anexo 7.

**Nota:** Cabe indicar que los precios de las cuñas radiales y las proccidades en páginas web pueden variar dependiendo del tipo de publicidad que requiera la compañía.

## 4.2 Presupuesto y Cronograma de las Estrategias

**Tabla 43:** Presupuesto y Cronograma de las Estrategias

Actividades	Cantidad	Precio Unitario en \$	Valor Total en \$	Tiempo												Responsable
				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Aplicar procesos de capacitación empresarial.	2	200	400													Gerencia Administración
Proponer un sistema de control de inventario PEPS.	1	2000	2000													Gerencia Administración
Generar promociones de los productos por temporada.	300	1	300													Gerencia Administración
Publicidad en redes sociales,( Facebook, Instagram, TikTok,)	5	5	25													Gerencia Administración
Cuñas radiales en las estaciones de la localidad para promocionar los productos.	15	5	75													Gerencia Administración
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2800</b>													

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

### 5.8.5 Evaluación de las Estrategias

Tabla 44: Evaluación de las Estrategias

Área	Objetivo Estratégico	Objetivo Operativo	Proyectos	Indicadores		Meta		Resultado	Logro (%)
				Nombre	Formula	Magnitud	Tiempo		
Administrativo	Mejorar las habilidades y aumentar las competencias	Plan de fortalecimiento organizacional.	Aplicar procesos de capacitación empresarial, para los trabajadores de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.	Capacitación	# de personas capacitadas esperados / # de personas capacitadas que asistieron	2	365 días	2	100%
Financiero	Proponer la adquisición de un sistema de control inventario (PEPS, PROMEDIO u otro sistema).	Plan de Gestión Financiera.	Adquirir un sistema Contable.	Servicio Digital.	# de sistema contable esperados / # de sistemas ejecutados (adquiridos)	1	365 días	1	100%
			Implementar un sistema para controlar los inventarios.	Control de Inventarios.	# de sistema de control de inventario esperados / # de sistemas de control de inventarios ejecutados (adquiridos)	1	365 días	1	100%

Área	Objetivo estratégico	Objetivo operativo	proyectos	Indicadores		Meta		Resultado	Logro (%)
				Nombre	Formula	Magnitud	tiempo		
Operativo	Incrementar un 15% de ventas durante la temporada escolar.	Plan de mejoramiento empresarial.	Realizar nuevos contratos con proveedores.	Contratos con nuevos proveedores.	# de contratos esperados / # de contratos ejecutados	10	365 días	16	167%
			Establecer convenios con las instituciones educativas de la localidad.	Mejorar la cartera de productos.	# de convenios esperados / # de convenios realizados	10	365 días	16	167%
			Generar promociones de los productos por temporada.	Plan de marketing.	# de promociones esperados / # de promociones realizados	60	365 días	100	167%

Área	Objetivo estratégico	Objetivo operativo	proyectos	Indicadores		Meta		Resultado	Logro (%)
				Nombre	formula	Magnitud	tiempo		
Comercial	Implementar nuevas estrategias de venta que garanticen una captación de clientes y mercados potenciales.	Plan de gestión Comercial	Cuñas radiales en las estaciones de la localidad para promocionar los productos de .S&S Cía. Ltda.	Reproducciones	# de cuñas radiales planificados / # de cuñas radiales ejecutados	375	5 meses	60	85%
			Publicidad en redes sociales,( Facebook, Instagram, TikTok,)	Visualizaciones	# de publicidades esperados / # de publicidades ejecutados	75	365 días	75	75%
			Tienda online	Ventas	# de Tiendas realizadas / # de Tiendas Online Proyectadas	1	365 días	100	100%

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

## CONCLUSIONES

- El Diagnóstico Situacional de la Compañía, permitió evidenciar los problemas existentes dentro de cada área: administrativa que no cuentan con una planificación adecuada, financiera cuenta con un débil sistema contable e inventarios, operativa no existe un manual de funciones establecida, y comercial que carecen de estrategias de venta y publicidad, es por ello que se procedió a desarrollar los objetivos estratégicos para cada área e que permitan alcanzar la rentabilidad y obtener cambios significativos que ayudarán a corregir sus deficiencias y con ello mejorar el nivel competitivo de la entidad.
- Mediante el Análisis FODA se realizaron las diferentes matrices en las cuales se realizó la matriz de impacto el cual permitió ponderar cual es el nivel de impacto positivo o negativo de la Empresa a través de la cual se ejecutó la matriz de correlaciones el cual determina los hechos o tendencias más importantes que contribuyen para alcanzar los objetivos, por otra parte se elaboró el FODA Cruzado en el cual se propuso estrategias que permitieron aprovechar las Fortalezas y Oportunidad y mantenerse a la vanguardia de las Debilidades y Amenazas que influyen negativamente a la Compañía.
- Mediante la elaboración del Plan Estratégico, la Compañía tuvo un direccionamiento sostenible hacia el futuro, porque se propuso una visión, enfocándose a dónde quiere llegar la organización y su misión para que tengan conocimiento de cuál es la razón de ser de la misma, así como también los principios y valores con la finalidad que exista un ambiente de trabajo agradable, y la aplicación de las políticas que serán de mucha importancia para quienes laboran dentro de S&S Sinmaleza, que ayudarán a mejorar la gestión administrativa en cada una de las áreas.

## RECOMENDACIONES

- Una vez realizado el diagnóstico de la Compañía es recomendable que se apliquen los objetivos estratégicos diseñados para cada área, mismas que permitirán fortalecer la gestión de la Empresa y alcanzar el nivel de eficiencia deseado.
- Una vez realizado la Matriz FODA se recomienda que se apliquen las estrategias propuestas la cual ayudara a alcanzar el objetivo empresarial haciendo que las mismas Debilidades se conviertan en Fortalezas y las Amenazas en Oportunidades para la Empresa, con la finalidad de obtener resultados significativos para la misma.
- Por último se recomienda que el Plan Estratégico se ejecute en la compañía S&S Sinmaleza, por cuanto se establecen estrategias que les permitirá tener un direccionamiento a través de la misión, visión, valores, políticas, principios las cuales deberán ser socializadas y difundidos dentro de la entidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Académico, R. d. (2020). Reglamento de Régimen Académico . Quito.
- Alvarado, D. A. (2020). repositorio.pucese.edu.ec. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2152/1/HOLGUIN%20ALVARADO%20DANIELA%20ANDREINA.pdf>
- Ana, I. (18 de Julio de 2022). blog.hubspot.es. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>
- Arce, L. J. (2022). dspace.uhemisferios.edu.ec. Obtenido de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1391/1/Tesis%20final-Lupe%20Erazo%20MCE.pdf>
- Arias, A. S. (17 de Enero de 2016). economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/deficit.html>
- Benitez. (2022). Significados. Obtenido de <https://www.significados.com/foda/>
- Berlitz. (30 de Mayo de 2022). Berlitz. Obtenido de <https://www.berlitz.com/es-mx/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- Botin, R. (10 de Junio de 2022). shopify. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/planeacion-estrategica>
- Codigo del Trabajo . (16 de Diciembre de 2005). Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Ecuador, C. d. (2008). Constitución del Ecuador . Quito .
- Ecuador, C. D. (2008). oas.org. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Emanuel. (18 de Marzo de 2021). ConceptoDefinicion. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/plan/>
- Empresas, C. d. (2020). Plan Estratégico de la Carrera de Administración de Empresas. Guaranda.

Erazo, A. L. (2022). Obtenido de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1391/1/Tesis%20final-Lupe%20Erazo%20MCE.pdf>

Erazo, A. L. (2022). dspace.uhemisferios.edu.ec. Obtenido de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1391/1/Tesis%20final-Lupe%20Erazo%20MCE.pdf>

Estrategia. (05 de Mayo de 2022). Concepto. Obtenido de <https://concepto.de/estrategia/>

Estratégico, P. (2023). protecciondatos-lopd. Obtenido de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-estrategico/#Financiero>

Euroinnova. (2022). Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/departamentos-de-una-empresa>

Giler, A. M. (28 de Abril de 2011). vicepresidencia.gob.ec (PDF). Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>

Isabel, A. (11 de Octubre de 2021). blog.hubspot.es. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

Ley deCompañías. (05 de Noviembre de 2020). Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)

Ley, & Emprendimiento, D. O. (04 de Agosto de 2020). epico.gob.ec. Obtenido de <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>

Loor, M. S., & Mendoza, E. J. (Noviembre de 2018). repositorio.espam.edu.ec. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/913/1/TTAE5.pdf>

Pérez, M. (02 de Junio de 2022). conceptodefinition. Obtenido de <https://conceptodefinition.de/empresa/>

Periódico. (14 de Agosto de 2023). Significado de Periódico. Obtenido de <https://www.significados.com/periodico/>

Pursell, S. (25 de Octubre de 2022). [blog.hubspot.es](https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial>

QueSignifica.org. (s.f.). [quesignifica.org](http://www.quesignifica.org/factible/). Obtenido de <http://www.quesignifica.org/factible/>

Quiroa, M. (13 de Marzo de 2020). [economipedia.com](https://economipedia.com/definiciones/competidor.html). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competidor.html>

Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, G. E. (2018). Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática. Guaranda.

Rios, P. (13 de Mayo de 2022). [blog.hubspot.es](https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>

Romero, R. (2022). [rdstation](https://www.rdstation.com/es/ventas/#:~:text=Ventas%20son%20las%20actividad es%20realizadas,y%20la%20otra%20el%20comprador). Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/ventas/#:~:text=Ventas%20son%20las%20actividad es%20realizadas,y%20la%20otra%20el%20comprador>.

Santaella, E. (23 de Abril de 2020). [es.mobileinsight.com](https://es.mobileinsight.com/what-is-sales-lift/). Obtenido de <https://es.mobileinsight.com/what-is-sales-lift/>

Savkín, A. (18 de Diciembre de 2019). [bscdesigner](https://bscdesigner.com/es/esquema-fodae.htm). Obtenido de <https://bscdesigner.com/es/esquema-fodae.htm>

Superior, L. O. (2018). Ley Organica de Educación Superior . Quito.

Tekams, B. (2022). [tekams.com](https://tekams.com/estrategias-de-ventas/). Obtenido de <https://tekams.com/estrategias-de-ventas/>

Torres, D. (10 de Marzo de 2022). [blog.hubspot.es](https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>

Varas, V. J. (2019). [dspace.uce.edu.ec](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18815/3/T-UCE-0005-CEC-207.pdf). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18815/3/T-UCE-0005-CEC-207.pdf>

Westreicher, G. (06 de Agosto de 2020). economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Yesenia, C. I., & Caterine, F. C. (2019). dspace.uce.edu.ec. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19823/1/T-UCE-0005-CEC-239.pdf>

# **ANEXOS**

**Anexo A: Cronograma (Gantt)**

**Tabla 45: Cronograma de Gantt**

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	Año	2023																								2024		
	Meses	Mayo		Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Ener	Febr			
	Semana	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	4	2	3		
Solicitud de autorización en la EMPRESA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. Para la realización de la investigación.		■																										
Elaboración del anteproyecto			■	■	■																							
Entrega del anteproyecto						■	■																					
Corrección de anteproyecto								■	■																			
Revisión del anteproyecto									■	■																		
Elaboración de preguntas para la encuesta										■																		
Aplicación de la técnica de encuesta a la EMPRESA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.											■																	
Análisis e interpretación de los datos												■	■	■														



**Anexo B: Presupuesto Ejecutado**

**Tabla 46: Presupuesto Ejecutado**

<b>PRESUPUESTO ESTABLECIDO PARA LA INVESTIGACION</b>				
<b>Recursos</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total (\$)</b>
Esferos	Docena	1	4	4
Papel Bond	Resma	1	3,5	3,5
Engrampadora	Unidad	1	2	2
Grapas	Caja	1	2,5	2,5
Impresiones	Unidad	500	0,1	50
Copias	Unidad	100	0,05	5
Anillado	Unidad	2	4,5	9
Internet	Por persona	2	40	80
Computadoras	Unidad	2	0	0
CD	Unidad	2	1,5	3
Alimentación	Por persona	2	25	50
Pasajes	Por persona	20	0,3	6
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 215</b>

*Nota:* Elaborado por *Willian Arevalo & Neiser Aguilar*

Anexo C: Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

**Carrera:** Administración de Empresas

Encuesta dirigida al personal que conforma S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.

**Objetivo:** Recoger la suficiente información para el trabajo de integración curricular en la empresas S&S SINMALEZA SÁNCHEZ Cía. Ltda., que se dedica a la comercialización de libros, periódicos, revistas y materiales de oficina en la ciudad de Guaranda.

**1 ¿Usted conoce que es un Plan Estratégico?**

Sí            No

**2 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., tiene un Plan Estratégico?**

Sí            No

**3 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con su misión y visión?**

Sí            No

**4 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con valores institucionales?**

Sí            No

**5 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., tiene definido sus objetivos?**

Sí            No

**6 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con políticas?**

Sí            No

**7 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con un organigrama estructural?**

Sí            No

**8 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con un organigrama funcional?**

Sí No

**9 ¿La Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., cuenta con estrategias de venta?**

Sí No

**10 ¿Cuentan con un sistema para llevar el control del personal?**

Sí No

**11 ¿Cuentan con un sistema adecuado para planificar y brindar sus servicios?**

Sí No

**12 ¿Cuentan con un sistema de control del inventario de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?**

Sí No

**13 ¿Cuentan con un sistema de control para llevar las cuentas por cobrar de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?**

Sí No

**14 ¿Cuentan con una infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarias?**

Sí No

**15 ¿Considera usted que se deba implementar un Plan Estratégico para la Compañía S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?**

Sí No

**16 ¿Para la elaboración del Plan Estratégico le gustaría que todos los que conforman S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., sean partícipes?**

Sí No

**17 ¿Considera usted que el Plan Estratégico ayudará a una gestión administrativa eficiente?**

Sí No

**Anexo D: Entrevista**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**Carrera:** Administración de Empresas

De nuestro interés solicitamos cordialmente responder la presente entrevista, con la finalidad de obtener información relevante para nuestra presente investigación, anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

**Entrevista dirigida al Ing. Luis Mesías Sinmaleza Sánchez Gerente General  
DE LA Empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.**

- 1 ¿Cuál es la situación actual de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?
- 2 ¿La Compañía actualmente cuenta con un Plan Estratégico?
- 3 ¿Actualmente S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.; cuenta con una misión y visión?
- 4 ¿Conoce usted cuáles son sus principales competencias?
- 5 ¿Desde su punto de vista cuál es su competencia directa actualmente?
- 6 ¿Le gustaría que S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.; cuente con un Plan Estratégico?
- 7 ¿Cuáles cree usted que serán los cambios con la creación de los valores y estrategias en la compañía?
- 8 ¿Al contar con un Plan Estratégico le facilitara el desarrollo de las actividades?
- 9 ¿En la elaboración del Plan Estratégico le gustaría que todos los que conforman S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.; sean partícipes del mismo?
- 10 ¿Mediante la implementación del Plan Estratégico usted cree que ayudara a un mejor desarrollo de S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda.?



**Anexo G: Modelo de Red Social Facebook**



**Anexo H: Modelo de las Promociones**



**Anexo I: Modelo de un Sistema Contable**

COMPRAS			VENTAS			SALDOS	
Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total	Cantidad	Costo Unidad
						8,000	1,000
12,000	1,100	13,200,000				20,000	
		-	8,000	1,000	8,000,000	12,000	
			6,000	1,100	6,600,000	6,000	
13,000	900	11,700,000			-	19,000	
		-	6,000	1,100	6,600,000	13,000	
			8,000	900	7,200,000	5,000	
8,000	1,200	9,600,000			-	13,000	
7,000	1,300	9,100,000			-	20,000	
		-	5,000	900	4,500,000	15,000	
			8,000	1,200	9,600,000	7,000	
			3,000	1,300	3,900,000	4,000	
		43,600,000	44,000		32,900,000		

Supuestos
Cantidad Vendida
44,000

Estado de Resultados
Método PEPS

**Anexo J: Modelo de Sistema de Control de Inventario (PEPS)**

2° Registrar las operaciones realizadas en el periodo

COMPRAS			VENTAS		
FECHA	UNIDADES	COSTO UNITARIO	FECHA	UNIDADES	COSTO UNITARIO
07-mar	100	120.00	15-mar	90	220.00
20-mar	150	130.00	23-mar	240	220.00
			31-mar	80	220.00

FECHA	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
01-mar	SALDO INICIAL						300	110.00	33,000.00
07-mar	100	120.00	12,000.00				300	110.00	33,000.00
							100	120.00	12,000.00
15-mar				90	110.00	9,900.00	210	110.00	23,100.00
							100	120.00	12,000.00
20-mar	150	130.00	19,500.00				210	110.00	23,100.00
							100	120.00	12,000.00
23-mar				210	110.00	23,100.00	0	110.00	-
				30	120.00	3,600.00	70	120.00	8,400.00
							150	130.00	19,500.00

## Anexo K: Modelo de Sistema SOFYA

The screenshot displays the SOFYA software interface. At the top, there is a dashboard with several colored buttons representing different modules: Contabilidad Analítica, Balances Inteligentes, Presupuestos, Retenciones, Inventarios, Ventas, Facturación, Clientes, Proveedores, Personal RR.HH, Impuestos, Producción, Activos, Utilidades, and Configuración Avanzada. Below the dashboard, the main window shows a 'Libro Mayor de cuentas' (General Ledger) for account 52605. The interface includes filters for currency (Bolivianos), periods (2016/008 to 2019/008), and analysis options. The ledger table shows transactions with columns for Número, Núm. Mes, Línea, Fecha, Documento, Referencia, Debe, Haber, Saldo, MC, Exento, and Análisis. A detailed view of the selected transaction (Línea 45) shows a breakdown of the account balance into sub-accounts like Combustibles y lubricantes, IVA Crédito Fiscal, Repuestos y Accesorios, and Servicios de Correspondencia.

Número	Núm. Mes	Línea	Fecha	Documento	Referencia	Debe	Haber	Saldo	MC	Exento	Análisis
5720	L18-1812	3	11	03/03/2018	361836	COMPRA DE GAS NATURAL P/GERENCIA	17,03	350,085,07		.00	
5720	L18-1812	3	13	03/03/2018	54501	COMPRA DE GAS NATURAL P/GERENCIA	8,70	350,093,77		.00	
5720	L18-1812	3	45	03/03/2018	610	COMPRA DE 4 LTS DE ACEITE PARA CAMI	59,16	350,152,93		.00	
5723	CD-1812	4	5	04/03/2018	165789	COMPRA DE GASOLINA ESPECIAL GERENCIA	229,97	350,382,90		.00	
5723	CD-1812	4	44	04/03/2018	207721	COMPRA DE GASOLINA ESPECIAL GERENCIA	215,30	350,598,10		.00	
1129						<b>Subtotales</b>	<b>128,224,30</b>	<b>.00</b>		<b>3,796,98</b>	

## Anexo L: Modelo de Spot Publicitario.

Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda., ofrece una gran variedad libros periódicos revistas y todo tipo de materiales para su oficina, estamos ubicados en la ciudad de Guaranda en la Av. Elisa Mariño de Carvajal frente al complejo Galo Miño Jarrin, ya no busques más, ven y adquiere los mejores productos a los mejores precios del mercado y con facilidades de pago. Para pedidos comunicarse al, 0997755293 Ing., Mesías Sinmaleza Gerente propietario, será un gusto atenderte.

*Anexo M: Socialización de la propuesta del Plan Estratégico*



**Anexo N: Carta de Aceptación de la Empresa**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
"PLAN ESTRATÉGICO"**

Guaranda 05 de Diciembre del 2022

**ING.**

**LUIS MESIAS SINMALEZA SANCHEZ**

**Representan legal**

**S&S SINMALEZA SANCHEZ CIA. LTDA.**

**Presente.**

De mi consideración:

Yo, Sr **WILLIAN GONZALO AREVALO AGUALONGO** con número de cédula **0202432878**, estudiante de la Universidad Estatal de Bolívar, carrera de Administración de Empresas de octavo ciclo, luego de expresarle un cordial saludo y a su vez deseándole éxitos en funciones, solicito a usted de la manera más comedida me permita realizar un tema de investigación "Propuesta de un Plan Estratégico para incrementar las ventas" con el fin de realizar la TESIS en la Universidad Estatal de Bolívar correspondiente a la carrera de Administración de Empresas.

Por su gentil acogida que dé al presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,

**Sr WILLIAN GONZALO AREVALO AGUALONGO**  
**C.I. 0202432878**

*Autorizado*

*Recibido*

*5-12-2022*



**RUC.: 0291502530061**

Anexo O: Certificado de Turnitin



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

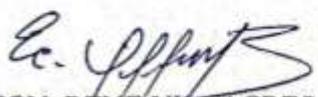
ECON. "RENE MESIAS VILLACRES BORJA" EN CALIDAD DE  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

**CERTIFICA**

Que, el trabajo de integración curricular denominado "Plan Estratégico para incrementar las ventas en la empresa S&S Sinmaleza Sánchez Cia. Ltda., EN la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, año 2023", presentado por: Neiser Leogildo Aguilar Bayas y Willian Gonzalo Arevalo Agualongo, estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta TURNITIN, reflejando un porcentaje de similitud del 1%, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 13 de Octubre del 2023

Atentamente,

  
ECON. RENE VILLACRES  
Director

Anexo P: Captura del Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
TESIS FINAL S&S SINMALEZA SANCHEZ .pdf	WILLIAN AREVALO
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
25803 Words	155673 Characters
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
133 Pages	3.2MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Oct 5, 2023 9:12 PM GMT-5	Oct 5, 2023 9:14 PM GMT-5

● 1% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 1% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 25 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente



Resumen