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 EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA ABARROTES DAMITA, EN LA CIUDAD DE LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA, PERIODO 2023-2027"

AUTORES:

JUBIXA BRIGITTE PINZA ALVAREZ

DIRECTOR

ECO. CARMITA BORJA

PARES ACADÉMICOS

ECO. RENÉ VILLACRÉS

ING. ALEXANDRA ARGUELLO

GUARANDA – ECUADOR
2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA ABARROTES DAMITA, EN LA CIUDAD DE LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA, PERIODO 2023-2027"

AGRADECIMIENTO

Al finalizar esta etapa académica, deseo expresar mi profundo agradecimiento a todas las personas que han sido fundamentales en la realización de esta tesis. En primer lugar, quiero dar gracias a Dios, quien ha sido mi fuente inagotable de fortaleza, inspiración y guía a lo largo de esta travesía, su luz y sabiduría han iluminado cada paso de este camino.

A mis queridos padres, Diana Alvarez y Modesto Pinza, les agradezco infinitamente por su amor incondicional, apoyo inquebrantable y sacrificio inigualable. Sin su constante aliento y confianza en mí, este logro no sería posible. Su dedicación y valores han sido mi brújula moral a lo largo de mi carrera.

A mis respetados docentes y asesores, les agradezco por compartir su conocimiento y experiencia conmigo. Sus orientaciones, comentarios y consejos han sido cruciales en el desarrollo de esta investigación. Cada enseñanza que he recibido de ustedes ha sido un regalo invaluable.

Este logro es el resultado del esfuerzo colectivo y el apoyo de muchas personas, y por ello, mi corazón está lleno de gratitud hacia cada uno de ustedes. Este trabajo es un reflejo de nuestro compromiso compartido con la excelencia y el aprendizaje continuo.

Que este logro sea un tributo a la fe, el amor y el conocimiento que han iluminado mi camino. Gracias a todos por ser parte de este capítulo en mi vida.

Con sincero agradecimiento,

Pinza Jubixa

DEDICATORIA

A Dios, cuya gracia y guía han sido la fuerza que me ha sostenido a lo largo de este viaje académico. Tú, que iluminaste mi camino y me diste la sabiduría para superar los desafíos, en ti, encuentro inspiración y propósito.

A mis amados padres, cuyo amor inquebrantable y apoyo incondicional han sido mi roca en cada momento de este camino, su sacrificio y dedicación me han permitido llegar hasta aquí, y este logro es un tributo a su amor y sacrificio.

A mi pareja que estuvo conmigo en cada proceso apoyándome y celebrando mis logros, convirtiendo mis triunfos en los de ambos.

A mis queridos docentes, quienes compartieron su conocimiento y dedicaron su tiempo y esfuerzo para enriquecer mi aprendizaje, sus enseñanzas y orientación han dejado una huella imborrable en mi camino hacia el conocimiento.

A mis hermanos, quienes han sido mis compañeros de aventuras y mi fuente de apoyo constante, su amistad y aliento han sido un regalo en mi vida.

A medida que concluya este capítulo académico, me comprometo a utilizar el conocimiento adquirido para contribuir a la sociedad de la mejor manera posible. Con el apoyo de Dios, el amor de mis padres, la guía de mis docentes y el afecto de mis hermanos, asumo la responsabilidad de convertirme en otro miembro valioso de la sociedad. Mi objetivo es aplicar lo aprendido para hacer una diferencia positiva en la vida de otros y trabajar hacia un futuro mejor para todos.

Que este logro sea un testimonio de la importancia de las relaciones y el apoyo en el camino hacia la realización de metas.

Pinza Jubixa

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. "*Carmita Galudth Borja Borja*", Econ. "*René Mesías Villacrés Borja*", Ing. "*Alexandra Maribel Arguello Pazmiño*", en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión de la microempresa Abarrotes Damita, en la ciudad de Loreto, provincia de Orellana, período 2023- 2027"** desarrollado por la señorita Jubixa Brigitte Pinza Alvarez.

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. Carmita Galudth Borja Borja
Director

Econ. René Mesías Villacrés Borja
Par Académico

Ing. Arguello Pazmiño Alexandra Maribel
Par Académico

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Jubixa Brigitte Pinza Alvarez** portadora de la Cédula de Identidad No **2200511067.** En calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión de la microempresa ABARROTES DAMITA, en la ciudad de Loreto, provincia de Orellana, periodo 2023-2027.** , 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, autorizo 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.

La autora declara 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.

Jubixa Brigitte Pinza

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 6
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 34
2.4 Marco Legal 38
2.5 Marco Geo referenciar 44
CAPÍTULO III 47
METODOLOGÍA 47
3.1 Tipos de Investigación 47

3.2 Enfoque de la Investigación 48

3.3 Métodos de Investigación 48

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 49

3.5 Universo, Población y Muestra 49

3.6 Procesamiento de la Información 50

CAPITULO IV 51

RESULTADOS Y DISCUSIÓN 51

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 51

41.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 78

4.1.2. Entrevista 80

CAPITULO V 87

PROPUESTA 87

5. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COMPAÑÍA S&S Sinmaleza Sánchez Cía. Ltda. 87

5.1.1. Antecedentes 87

5.1.2. Productos que Comercializa 88

5.1.3. Proveedores 89

5.1.4. Clientes 89

5.1.5. Comercialización 90

5.1.6. Competencia 91

5.2. Análisis de la situación actual de la microempresa “ABARROTES DAMITA”. 91

5.2.1. Análisis Interno 92

5.2.2. Análisis Externo 94

5.2.3. Análisis FODA 95
5.2.4. Matriz de Impacto 96
5.2.5. Matriz de Impacto Interno 96
5.2.6. Matriz de Impacto Externo 99
5.2.7. Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas 101
5.2.8. Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades 76
5.2.9. Matriz Priorizada FODA 78
5.2.10. FODA Cruzado 80

2.3.1 ESTRATEGIAS DEL FODA CRUZADO 80

5.3. Matriz PESTEL. 80

5.4. Estrategias de las Cinco fuerzas de Porter 83

5.5. Propuesta del Plan Estratégico 85

5.6. Estrategias 86
5.6.1. Propuesta de las estrategias. 86
5.6.2. Cronograma de estrategias propuestas. 90
5.6.3. Evaluación de las Estrategias 102
6. CONCLUSIONES 103
7. RECOMENDACIONES 104
8. BIBLIOGRAFÍA 105
9. ANEXOS 108
ANEXO A: CRONOGRAMA (GANTT) 110

Anexo B: Presupuesto Ejecutado 112

Anexo C: Encuesta 113

Anexo D: Entrevista 116

Anexo E: Modelo de un Sistema Contable - 118

Anexo F: Modelo de Inventario 118

Anexo G: Socialización de la propuesta del Plan Estratégico 119

Anexo H: Carta de Aceptación de la Empresa 120

Anexo I: Certificado de Turnitin 121

Anexo J: Captura del Turnitin 122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las Variables 8
Tabla 2 Trabajadores de la microempresa “ABARROTES DAMITA” 49
Tabla 3 Plan de control 51
Tabla 4 Enfoque a largo plazo 52
Tabla 5 Objetivos institucionales 53
Tabla 6 Políticas de control 54
Tabla 7 Estructura organizativa 55
Tabla 8 Control del personal 56
Tabla 9 Estrategias de venta 57
Tabla 10 Control de inventario 58
Tabla 11 Sistema de cobro 59
Tabla 12 Precios adecuados 60
Tabla 13 Infraestructura 61
Tabla 14 Registros contables 62
Tabla 15 Horario de atención 63
Tabla 16 Estrategia de marketing 64
Tabla 17 Capacidad laboral 65
Tabla 18 Propuesta de un plan estratégico 66
Tabla 19 Plan de control 67
Tabla 20 Aspectos de valor 68
Tabla 21 Objetivos institucionales 69
Tabla 22 Políticas de control 70
Tabla 23 Seguridad 71
Tabla 24 Calidad y Variedad 72
Tabla 25 Satisfacción de Clientes 73
Tabla 26 Promoción 74
Tabla 27 Recomendación 75
Tabla 28 Horario de atención 76
Tabla 29 Atención de caja 77
Tabla 30 Análisis Interno 93
Tabla 31 Análisis Externo 94

Tabla 32 FODA 95
Tabla 33 Matriz de impacto Interno 98
Tabla 34 Matriz de impacto Externo 100
Tabla 35 Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas 75
Tabla 36 Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades 77
Tabla 37 Matriz Priorizada FODA 78
Tabla 38 Estrategias del FODA Cruzado 80
Tabla 39 Matriz PESTEL 81
Tabla 40 Estrategias de la matriz PESTEL 82
Tabla 41 Estrategias de las 5 fuerzas de Porter 83
Tabla 42 Propuesta de las estrategias 86
Tabla 43 Presupuesto y Cronograma de las Estrategias 99
Tabla 44 Evaluación de las Estrategias 102
Tabla 45 Cronograma de Gantt 110
Tabla 46 Presupuesto Ejecutado 112

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Plan Estratégico FODA 24
Figura 2 Mapa del Ecuador 44
Figura 3 Mapa de la Provincia Orellna 45
Figura 4 Mapa del Cant Socialización del Plan Estratégico ón Loreto 46
Figura 5 Ubicación de la microempresa “ABARROTES DAMITA” 46
Figura 6 Plan de control 51
Figura 7 Enfoque a largo plazo 52
Figura 8 Objetivos institucionales 53
Figura 9 Políticas de control 54
Figura 10 Estructura organizativa 55
Figura 11 Control del personal 56
Figura 12 Estrategias de venta 57
Figura 13 Control de inventario 58
Figura 14 Sistema de cobro 59
Figura 15 Precios adecuados 60
Figura 16 Infraestructura 61
Figura 17 Registros contables 62
Figura 18 Horario de atención 63
Figura 19 Estrategia de marketing 64
Figura 20 Capacidad laboral 65
Figura 21 Propuesta de un plan estratégico 66
Figura 22 Plan de control 67
Figura 23 Aspectos de valor 68
Figura 24 Objetivos institucionales 69
Figura 25 Políticas de control 70
Figura 26 Seguridad 71
Figura 27 Calidad y Variedad 72
Figura 28 Satisfacción de Clientes 73
Figura 29 Promoción 74
Figura 30 Recomendación 75
Figura 31 Horario de atención 76

Figura 32 Atención de caja..... 77
Figura 33 Modelo de sistema contable 118
Figura 34 Modelo de inventario 118
Figura 35 Socialización del Plan Estratégico 119

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CRONOGRAMA (GANTT)..... 110

Anexo B: Presupuesto Ejecutado..... 112

Anexo C: Encuesta..... 113

Anexo D: Entrevista..... 116

Anexo E: Modelo de un Sistema Contable - 118

Anexo F: Modelo de Inventario..... 118

Anexo G: Socialización de la propuesta del Plan Estratégico..... 119

Anexo H: Carta de Aceptación de la Empresa 120

Anexo I: Certificado de Turnitin 121

Anexo J: Captura del Turnitin 122

INTRODUCCIÓN

El plan estratégico para el mejoramiento de la microempresa ABARROTES DAMITA en la ciudad de Loreto, abarcando el periodo 2023-2027, surge como resultado de un análisis exhaustivo y detallado de los aspectos internos y externos que influyen en la organización, a lo largo de este proceso, se ha explorado en profundidad la situación actual de la empresa, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), así como los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales (PESTEL) que inciden en su entorno operativo.

Además, se ha considerado la percepción y retroalimentación de los clientes y la comunidad local a través de encuestas y entrevistas, brindando una valiosa visión de las expectativas y necesidades de la audiencia clave de ABARROTES DAMITA.

Este proceso de análisis ha servido como base fundamental para la formulación de objetivos específicos y medibles, así como la identificación de estrategias clave en áreas críticas como administración, operaciones, finanzas, recursos humanos, comercialización, tecnología e innovación, las estrategias se han diseñado considerando la asignación de responsabilidades y presupuestos para su implementación efectiva.

En este contexto, el presente Plan Estratégico se rige como un plano detallado que guiará a ABARROTES DAMITA en su búsqueda de un crecimiento sostenible, una mayor eficiencia operativa y la mejora continua de su servicio al cliente, este periodo 2023-2027 promete ser un desplazamiento de transformación y fortalecimiento para la microempresa, con el firme propósito de mantenerse como un actor destacado en el mercado de productos de primera necesidad en la ciudad de Loreto y sus alrededores.

RESUMEN

El plan estratégico para el mejoramiento de la microempresa ABARROTES DAMITA en la ciudad de Loreto para el período 2023-2027 es un enfoque integral destinado a revitalizar y fortalecer esta empresa minorista, a través de un análisis detallado que abarca tanto factores internos como externos, se han identificado las fortalezas clave, como la conexión con la comunidad local y una amplia variedad de productos, junto con debilidades como la falta de un plan estratégico formal, además, se destacan oportunidades como el crecimiento poblacional y amenazas como la posible entrada de competidores más grandes.

Para abordar estos desafíos, se han propuesto estrategias en diversas áreas, desde la administración hasta la tecnología e innovación, estas estrategias incluyen el desarrollo de un plan estratégico sólido, la implementación de sistemas contables eficientes, el enfoque en la sostenibilidad ambiental y el aprovechamiento de la tecnología para mejorar la gestión de inventarios, también se han establecido objetivos específicos, acciones concretas, indicadores de desempeño y políticas para guiar la ejecución de este plan.

Palabras Clave: Estrategia – Mejoramiento – Plan – Gestión - Objetivos.

ABSTRACT

The strategic plan for the improvement of ABARROTES DAMITA, a microenterprise in the city of Loreto for the period 2023-2027, is a comprehensive approach aimed at revitalizing and strengthening this retail business. Through a detailed analysis covering both internal and external factors, key strengths such as a strong connection with the local community and a wide variety of products have been identified, along with weaknesses like the lack of a formal strategic plan. Furthermore, opportunities such as population growth and threats like the potential entry of larger competitors are highlighted.

To address these challenges, strategies have been proposed in various areas, from administration to technology and innovation. These strategies include the development of a solid strategic plan, the implementation of efficient accounting systems, a focus on environmental sustainability, and the utilization of technology to enhance inventory management. Specific objectives, concrete actions, performance indicators, and policies have also been established to guide the execution of this plan.

Key Words: Strategy – Improvement – Plan – Management – Objectives.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

La microempresa ABARROTES DAMITA nace en el año 2021, con dirección vía al Tena S/N y Luis Peña, en la ciudad de Loreto, Cantón Loreto, Provincia de Orellana, cuya inversión inicial fue $18,000, para la compra de 1 frigoríficos, 2 congeladores, 3 exhibidores de frio para bebidas, 2 vitrinas, 1 mostrador, 6 perchas, entre otros.

La microempresa tiene 3 años en el mercado, tiempo durante el cual ha tenido como actividad principal vender productos de primera necesidad, como alimentos, carnes, bebidas envasadas, licores, útiles escolares, al por menor y mayor.

Según las declaraciones realizadas al Servicio de Rentas Internas (SRI), sus ventas en el año 2021 fueron $31,726.53 y en 2022 de $36,473.39, representado un crecimiento del 15% en sus ventas totales al segundo año, cuya ganancia ha permitido invertir en la compra de vehículos (un camión, una camioneta y una motocicleta), para la distribución de sus productos.

Sin embargo, la microempresa ABARROTES DAMITA, se ve afectada por la carencia de una gestión empresarial efectiva que permita aplicar los procesos administrativos de planificación, organización, dirección y control, donde defina claramente sus objetivos, acciones estratégicas para alcanzarlos y los indicadores clave de rendimiento para medir su crecimiento.

De igual manera no cuenta con estrategias a largo plazo, como la misión, visión, valores, herramientas indispensables para contar con un direccionamiento empresarial basado en resultados.

Así también carece de un registro de sus ingresos, egresos y costos que incurre de manera diaria, ya que lo realiza de manera empírica, esto ha dificultado la toma de decisiones, limitando la capacidad del emprendimiento para aprovechar oportunidades y superar desafíos. El desconocimiento de los estados financieros ha dificultado el aprovechamiento oportuno de los recursos económicos, financieros, humanos a pesar de su potencial y ubicación estratégica en la ciudad de Loreto.

La propuesta de un Plan Estratégico permitirá que la microempresa ABARROTES DAMITA ejecute un plan de acción de los pasos que se podrán llevar a cabo para avanzar en la dirección correcta, permitiendo fortalecer la gestión de la misma y a su vez desarrollar los procesos comerciales de manera eficaz, ya que la estrategia es la base del camino hacia el éxito empresarial, pues ayudará a decidir cómo actuar, comprender y unificar las ideas.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide la propuesta de un Plan Estratégico en el mejoramiento de la Gestión de la microempresa ABARROTES DAMITA, en la ciudad de Loreto, provincia de Orellana, período 2023-2027?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿La microempresa ABARROTES DAMITA no cuenta con un Plan Estratégico?
- ¿En ABARROTES DAMITA no se han definido la misión, visión, objetivos y valores?
- ¿Qué elementos debe incluir un plan estratégico para mejorar la gestión de ABARROTES DAMITA?

- ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas externas que podrían afectar a ABARROTES DAMITA?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades internas de la microempresa ABARROTES DAMITA?

1.4 Justificación

La presente investigación trata de aprovechar todo lo referente a la Planificación Estratégica y Gestión a fin de dar respuesta a las necesidades y requerimientos de ABARROTES DAMITA, para lo cual identificará sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, que servirán de soporte para generar estrategias con el fin de combatir los problemas encontrados en la misma.

La idea de desarrollar un Plan Estratégico surge de la necesidad de esta microempresa de mejorar su gestión interna y fortalecer su estructura organizacional, proponiendo la misión, visión, valores orientados a largo plazo y permanecer en un mercado altamente competitivo y lograr una posición sólida en el mismo.

Su importancia radica en que permitirá proponer su filosofía organizacional y establecer estrategias claras que contribuirán al cumplimiento de las metas empresariales y por ende lograr mejores resultados en la gestión de sus actividades.

La investigación es factible, por cuanto se cuenta con la disposición, conocimiento de la propietaria de la microempresa, así como la disponibilidad de recursos tecnológicos, económicos y materiales necesarios facilitando la obtención de la información.

La temática propuesta tiene el potencial de generar beneficios sociales, económicos, ya que muchas personas son favorecidas de las actividades que realiza la microempresa ABARROTES DAMITA, donde la beneficiaria directa es la propietaria, sus trabajadores mientras que los beneficiarios indirectos los clientes, proveedores y la sociedad en general al recibir un servicio de calidad.

Debido a ello es pertinente que se elabore un plan estratégico que permita identificar las fortalezas, debilidades, así como las oportunidades y amenazas del mercado, lo que facilitará la formulación de estrategias para permanecer en el mercado y hacer la diferencia a su competencia.

1.5 Objetivos:

1.5.1 *Objetivo General*

Proponer un Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión de la microempresa ABARROTES DAMITA, ubicada en la ciudad de Loreto, provincia de Orellana, periodo 2023-2027.

1.5.2 *Objetivos Específicos*

- Realizar un diagnóstico situacional de la microempresa ABARROTES DAMITA, haciendo uso de la matriz FODA.
- Elaborar el análisis PESTEL, para una planificación estratégica, tanto a nivel organizacional como de mercado.
- Plantear estrategias en la microempresa ABARROTES DAMITA, para el mejoramiento de su gestión.

1.6 Variables

- **Variable Dependiente:** Gestión
- **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**
Plan Estratégico	Proporciona un marco de referencia para la toma de decisiones, la asignación de recursos, la gestión del cambio y la evaluación del desempeño. Es una herramienta esencial para orientar a la organización hacia el éxito a largo plazo y asegurar su adaptabilidad y competitividad en un entorno en constante cambio. (Alvarado, 2020)	Estrategias	Estrategias de crecimiento. Estrategias de defensa. Estrategias de adaptación. Estrategias de supervivencia.	Técnicas: Entrevista Encuesta Instrumentos: Cuestionario
		Competitividad	Las 5 fuerzas de PORTER La rivalidad y la competencia del mercado. Amenaza de nuevos competidores. Poder de negociación de los proveedores. Poder de negociación de los clientes.	Técnicas: Entrevista Encuesta Instrumentos: Cuestionario

			Amenaza de nuevos productos y servicios.	
Dependiente	**Concepto**	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Técnica o Instrumento**
Ventas	La mejora de la productividad y competitividad en las empresas o negocios. Su finalidad es garantizar que la oferta de la empresa cumpla con la demanda de sus actividades o productos, a través de la adopción de procesos más eficientes y reducción de costos. Esto resulta en beneficios para el consumidor y en un aumento continuo de la productividad de la empresa. (Académico, 2020)	Funciones empresariales	Planificación Organización Dirección Control	Técnicas: Entrevista Encuesta Instrumentos: Cuestionario.

***Nota*:** Elaborado por *JubixaPinza*

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Previo a la propuesta del tema sobre "PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA ABARROTES DAMITA" se pudo evidenciar que este tema varios de los autores ya han elaborado temáticas como veremos a continuación:

Tema: Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión administrativa de INSPECPLANET Cía. Ltda, ubicado en el cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, período 2018-2022 **Autores**: Chunllo Charco, Jhonny Javier. **Año**: 2018. **Editorial**: dspace.espoch.edu.ec

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

> INSPECPLANET CIA LTDA enfrenta problemas actuales debido a la falta de una adecuada estructura organizativa, causada por los temores del Gerente. Como resultado, la compañía no logra identificar ciertas fallas, como la ausencia de una organización administrativa, así como la falta de una misión, visión, objetivos y metas establecidas. La carencia de estas herramientas administrativas impide la toma eficiente de decisiones y dificulta el logro de los objetivos de manera efectiva. Por consiguiente, la capacitación se vuelve extremadamente importante para los gerentes, ya que los prepara de manera óptima, proporcionándoles nuevas habilidades, técnicas y herramientas de gestión. Con este enfoque, se busca mejorar el rendimiento futuro de toda la organización. (Chunllo Charco, 2018)

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

> "Determinar la incidencia de la planificación estratégica en el mejoramiento de la gestión administrativa de INSPECPLANET CIA LTDA, ubicado en el Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, periodo 2018 – 2022." (Chunllo Charco, 2018)

Como **Objetivos Específicos** (Chunllo Charco, 2018)detallan los siguientes:

> “Elaborar una base teórica que sirva como referencia para la construcción del marco teórico del plan estratégico.”
> “Realizar un análisis de la gestión actual de INSPECPLANET CIA LTDA, utilizando diversos métodos y técnicas para identificar tanto los factores externos como los internos que proporcionen información relevante y precisa que contribuya al desarrollo oportuno de la investigación.”
> “Desarrollar una guía de planificación estratégica que optimice la gestión administrativa de INSPECPLANET CIA LTDA.”

Finalmente, los autores (Chunllo Charco, 2018) c**oncluyen** que 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 compañía INSPECPLANET CIA LTDA, situada en el cantón Lago Agrio, presenta carencias en cuanto a su planificación estratégica, lo que dificulta el desarrollo eficiente de los procesos en la organización. Esto genera un ambiente de incertidumbre y la falta de metas claras en la gestión de la empresa.
> El marco teórico ha sido utilizado como punto de referencia para la elaboración de esta investigación y nos ha ayudado a comprender la importancia de la planificación estratégica dentro de INSPECPLANET CIA LTDA. Dicha planificación permite una mejor organización y utilización de los recursos, así como una comprensión más profunda del entorno en el que se desenvuelve la compañía.
> A través del análisis interno y externo de INSPECPLANET CIA LTDA, se ha logrado obtener una visión clara del estado actual de la empresa, lo cual ha sido fundamental para diseñar un plan estratégico. Dicho plan permitirá tomar decisiones oportunas y solucionar las deficiencias identificadas en la organización.

Tema: Diseño De Un Plan Estratégico Para La Empresa “Abarrotes La 33” Del Municipio De Ipiales Nariño Para El Año 2023. **Año:** 2023. **Autores:** (GETIAL LOPEZ, 2023)

El autor (GETIAL LOPEZ, 2023) el **problema** de la siguiente manera.

> La idea de llevar a cabo el proyecto de investigación surge a partir de la observación directa como miembro activo de la empresa, donde se evidencia la falta de elementos clave en la planificación estratégica, como la misión, visión, valores, estructura organizacional, objetivos, políticas y estrategias. Esta carencia provoca que la empresa de Abarrotes 33 carezca de una identidad definida y un horizonte claro a alcanzar en el futuro, lo que genera desinformación y falta de claridad entre los colaboradores.
> Además, la inexistencia de manuales de funciones y procesos impacta directamente en el desempeño general de cada persona dentro del negocio, ocasionando errores en la asignación de tareas.

> Por último, la ausencia de estrategias empresariales, políticas y objetivos impide una toma de decisiones adecuada y un enfoque general para el negocio. Es por ello que el plan estratégico se convierte en un proyecto fundamental para orientar y mejorar el negocio a través de diversas estrategias.

El autor (GETIAL LOPEZ, 2023) esta investigación plantea como **Objetivo General** lo siguiente:

> "Diseñar el plan estratégico para la empresa Abarrotes 33 del municipio de lipiales-Nariño para el año 2023."

Como **Objetivos Específicos** detalla los siguientes:

> "Diagnosticar la situación actual de la empresa Abarrotes 33 del municipio de Lipiales"
> "Diseñar estrategias acordes para la empresa Abarrotes la 33 que le permitan mejorar y optimizar su gestión administrativa."
> "Elaborar el Plan de Acción para la empresa Abarrotes 33 del municipio de Lipiales."

El autor establece las siguientes **conclusiones:**

> El plan estratégico para la empresa ABARROTES 33 evidencio las carencias administrativas presentes en la organización que dificultaban al buen desempeño interno de la misma, su principal razón se sustentaba en la falta de conocimiento por parte del gerente del negocio. No existe plataforma estratégica en la empresa ABARROTES 33, lo que impide una correcta organización intima, generando inconsistencias en cadena de mando impidiendo el correcto desarrollo de una identidad empresarial. No existe manual de funciones dentó de la empresa ABARROTES 33, lo que genera duplicación de las mismas y desorganización interna, así mismo expone al negocio ante posibles demandas de carácter laboral por negligencia a la hora de asignar cargos y responsabilidades.

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. **Año:** 2018. **Editorial:** dspace.uce.edu.ec

Los autores plantean el **problema** (Varas, 2019) de la siguiente manera.

> La creciente oportunidad de crecimiento en este segmento de mercado se debe a la situación actual del país y la posición del Gobierno para mejorar la calidad de vida de la comunidad. En este contexto, la empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda. Ha decidido brindar servicios a empresas públicas enfocadas en el Plan Nacional de Vivienda. Sin embargo, su falta de una estructura orgánica definida y la ausencia de un direccionamiento estratégico han resultado en una baja competitividad en el mercado. La empresa carece de capacidad estratégica debido a la falta de un modelo de gestión centrado en maximizar su propuesta de valor. Además, se ha identificado la falta de previsión de eventos futuros, ya que el personal

de la empresa desconoce la dirección de la misma en términos de su misión, visión y filosofía organizacional, debido a la falta de transferencia filosófica por parte de los directivos al personal.

La empresa carece de personal capacitado en gestión estratégica, lo cual impide contar con estrategias, procesos y procedimientos para tomar decisiones de manera técnica. Esto evidencia la falta de una planificación estratégica y destaca la necesidad de proporcionar conocimientos específicos en planificación. La falta de comunicación entre los directivos y los colaboradores agrava la problemática y limita las posibilidades de la empresa para enfrentar las amenazas del entorno y aprovechar las oportunidades existentes. Dado este panorama, resulta necesario diseñar un plan estratégico para FRATZOCONSULTING Cía. Ltda., con el fin de establecer un sistema de organización empresarial que permita a la empresa responder de manera más efectiva a las necesidades del mercado y mejorar su situación actual, asegurando su éxito futuro.

Es importante enfatizar que si FRATZOCONSULTING Cía. Ltda. No mejora su situación actual, existe una alta probabilidad de que sea menos competitiva, pierda oportunidades para atraer nuevos clientes y, en consecuencia, disminuya su rentabilidad. Por lo tanto, resulta necesario diseñar e implementar un plan estratégico con la participación de los directivos y los demás miembros de la empresa, comprometiéndose a cumplir los objetivos principales y a reconocer las debilidades de la empresa, así como aprovechar las oportunidades que el entorno presenta para convertirse en una empresa sostenible en la industria

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

> "Diseñar una propuesta de plan estratégico para la empresa FRATZOCONSULTING Cía. Ltda" (Varas, 2019)

Como **Objetivos Específicos** (Varas, 2019) detallan 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."

Los autores establecen las siguientes **conclusiones:**

> FRANTZCONSULTING Cía. Ltda. Es una empresa de naturaleza familiar con una estructura orgánica simplificada que no ha sido definida técnicamente.
>
> El estudio realizado ha revelado que, debido a esta condición y configuración organizacional, la empresa carece de un modelo de gestión estratégica.
>
> Esta falta de conocimiento por parte de los administradores y propietarios ha ocasionado una pérdida de imagen ante sus clientes habituales y un desconocimiento por parte de los clientes potenciales en el mercado

Tema: "Gestión De Calidad Con El Uso Del Planeamiento Estratégico En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio-Rubro Agencias De Viaje Y Guías Turísticos, Huaraz. **Autor:** Raúl Glicerio, Sánchez Caro. **Año:** 2018. **Editorial:** repositorio.uladech.edu.pe

El autor (Raúl Glicerio, 2018)plantea el **problema** de la siguiente manera.

> ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-agencias de viajes y guías turísticos, Huaraz?
> Landivar Quetzaltenango-Guatemala, que se trazó como objetivo establecer la influencia de la planeación estratégica en la productividad laboral, el estudio tubo como método descriptivo, la población la conforman el 100% de los trabajadores siendo un total de 40 empleados entre los administrativos, personal operativo y el propietario, a los cuales se les aplico el instrumento de medición: logrando los datos siguientes: Del total de encuestados el 32% se siente muy en desacuerdo que conoce el planeamiento estratégico de la empresa; igualmente con respecto a la misión de la empresa el 43% señala estar muy en desacuerdo que conoce la misión de la empresa; por otro lado el 55% de los colaboradores indica estar muy de acuerdo que considera que es importante alcanzar los objetivos de la empresa; igualmente con relación si consideran que la estrategias deben ser supervisadas el 73% indica estar muy de acuerdo y solo un 5% refiere estar en desacuerdo; en relación a la asignación de recursos a cada departamento para lograr los objetivos se muestra que el 98% de encuestados indica estar de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente; también se advierte que el 93% de trabajadores señala estar de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente que la empresa aprovecha las oportunidades que le ofrecen el entorno turístico nacional e internacional; asimismo el 95% de encuestados indica estar de acuerdo y muy de acuerdo que es importante la supervisión y monitoreo de la estrategia dentro de la empresa; así mismo la empresa capacita y desarrolla habilidades para los colaboradores el 60% manifiesta estar de acuerdo y muy de acuerdo, y el 40% indica estar en desacuerdo y muy en desacuerdo. (Raúl Glicerio, 2018)

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

> "Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro agencias de viaje de guías turísticos, Huaraz" (Raúl Glicerio, 2018)

Como **Objetivos Específicos** detalla los siguientes:

> "Determinar las principales características de los representares en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-agencias y guías turísticas, Huaraz."
> "Determinar las principales características del micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-agencias de viajes de guías turísticas, Huaraz."

"Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-agencias de viajes y guías turísticas, Huaraz."
"Determinar las principales características del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-agencias de viajes y guías turísticas, Huaraz."

El autor establece las siguientes **conclusiones:**

Las empresas del rubro agencias de viaje y guías turísticos, realizan una gestión de calidad inadecuado cumpliendo solo con algunos aspectos, con un conocimiento y manejo deficiente del planeamiento estratégico.
En cuanto a las características de los gerentes, tienen más de 56 años de edad, son de sexo masculino y de profesión u ocupación profesores u otros, y cuentan con más de 6 años de experiencia.
En relación a las características del micro y pequeñas empresas, la mayoría absoluta tiene más de 3 años dedicados a esta actividad empresarial y cuentan con un promedio de 1 a 5 colaboradores.
Los resultados permiten concluir en razón a la gestión de la calidad, las empresas casi siempre tienen diseñada los objetivos y asignan los recursos para implantar, regularmente manejan procedimientos, midiendo el nivel de eficiencia de estas, para ser evaluadas y establecer mejoras en la gestión

Tema: "Plan estratégico de gestión administrativa y comercial para el fortalecimiento de la competitividad de la microempresa DISVERPAN. Autores: Hurtado, Jefferson D, Pozo, Jimmy F. **Año:** 2018. **Editorial:** repositorio.uotavalo.edu.ec

El autor (Hurtado, 2018)plantea el **problema** de la siguiente manera.

En la actualidad el cantón Ibarra se encuentra en plena reactivación económica gracias al gran avance de las PYMES Saud M. (2015), afirma:
El comercio de alguna manera se ha frenado ya que personas extranjeras y de otros sectores practican el comercio informal en las calles, comercializan productos de contrabando lo que ocasiona que el dinero salga y no rote en el sector, por tal motivo los emprendimientos tales como locales, boutiques, restaurantes están dos o tres meses y cierran sus puertas.
Un claro ejemplo es la microempresa DISVERPAN ya que estos factores influyen con el desarrollo económico de la misma; es por ello que se hace necesario diseñar nuevas estrategias administrativas que permitan fortalecer la productividad, las ventas y la competitividad de la misma en beneficio mutuo con el sector Imbabureño.

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

> "Diseñar un plan estratégico de gestión administrativa y comercial para el fortalecimiento de la competitividad de la microempresa DISVERPAN de la ciudad de Ibarra" (Hurtado, 2018)
> Como **Objetivos Específicos** (Hurtado, 2018) Detalla los siguientes:
> "Analizar los antecedentes de los planes estratégicos de desarrollo institucional y comercial."
> "Diagnosticar la situación actual de la microempresa DISVERPAN."
> "Diseñar un plan estratégico de gestión administrativa y comercial para desarrollo de la microempresa DISVERPAN."
> "Validar los resultados del diseño del plan estratégico de gestión administrativa y comercial para la microempresa DIVERPAN

El autor (Hurtado, 2018) Establece la siguiente **conclusión:**

> Se desarrolló la misión, visión de la empresa además se planteó valores corporativos en beneficio al personal y a los clientes.
> Se crearon estrategias de administración y de comercialización para incrementar la producción, el nivel de ventas y lograr un posicionamiento en el mercado.
> El estudio financiero permitió a la propietaria proyectar su negocio a cinco años y analizar la viabilidad del negocio.
> Se concluye que el desarrollo de un plan estratégico administrativo y comercial cumple con las expectativas y necesidades que poseía DISVERPAN

2.2 Marco Científico

Plan Estratégico

Definición:

Para (MORENO BAYONA, MANCILLA LEON, & LEON TORRES, 2009) un Plan Estratégico es un documento formal que establece los objetivos y las acciones necesarias para lograr el éxito a largo plazo de una organización. Es una herramienta de gestión que proporciona una visión integral y sistemática de cómo una entidad, ya sea una empresa, una institución sin fines de lucro o un gobierno, planea alcanzar sus metas y adaptarse a su entorno.

Elementos básicos de un Plan Estratégico.

Según (Alvarado, 2020) el Plan Estratégico consta de los siguientes elementos:

- Misión: Define el propósito fundamental y la razón de ser de la organización.
- Visión: Establece una imagen futura deseada de la organización, describiendo dónde se quiere llegar a largo plazo.
- Análisis del entorno: Evalúa el entorno interno y externo de la organización, identificando oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.
- Objetivos estratégicos: Son metas generales y de largo plazo que la organización busca alcanzar. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y estar definidos en un marco temporal determinado.
- Estrategias: Son los enfoques generales y las líneas de acción que se implementarán para lograr los objetivos estratégicos. Las estrategias deben ser coherentes con la misión y visión de la organización, aprovechar las fortalezas internas y aprovechar las oportunidades externas.
- Planes de acción: Son las actividades y tareas específicas que se deben llevar a cabo para implementar las estrategias. Estos planes incluyen asignación de recursos, responsabilidades, plazos y seguimiento de progresos.
- Indicadores de desempeño: Son medidas cuantitativas o cualitativas que se utilizan para evaluar el progreso y el logro de los objetivos estratégicos.

Características de Plan Estratégico

Según (Benitez, 2022) Estas son las principales características y elementos básicos de un buen

- 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 de Plan Estratégico

Así también (Berlitz, 2022) afirma que:

- 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 de Plan Estratégico

Es por eso que (Académico, 2020) define como las etapas de un Plan Estratégico las siguientes:

- 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 Plan Estratégico

Para (Arias, 2016) existen los siguientes tipos de Planes Estratégicos:

- Plan Estratégico corporativo: Es el plan que abarca a toda la organización. Establece la dirección general y los objetivos de largo plazo para la organización en su conjunto. Se enfoca en cuestiones estratégicas clave, como la misión, la visión, los valores, las estrategias generales y los objetivos estratégicos que afectan a la organización en su conjunto.

- Plan Estratégico de negocio: Es un plan estratégico más específico que se enfoca en una unidad de negocio o una línea de productos/servicios dentro de la organización. Se centra en los objetivos y las estrategias relacionados con esa área en particular, teniendo en cuenta los recursos y las capacidades disponibles.
- Plan Estratégico de marketing: Es un plan estratégico que se enfoca específicamente en las actividades de marketing de la organización. Define los objetivos y las estrategias de marketing para alcanzar y atraer a los clientes, posicionar los productos/servicios en el mercado, desarrollar la marca y generar ingresos.
- Plan Estratégico de tecnología de la información (TI): Es un plan que se centra en la dirección y el uso estratégico de la tecnología de la información y las comunicaciones dentro de la organización. Define los objetivos y las estrategias relacionados con la infraestructura tecnológica, los sistemas de información, la seguridad de la información y la innovación tecnológica.
- Plan estratégico de recursos humanos: Es un plan que se enfoca en las prácticas y estrategias de gestión del talento y del capital humano dentro de la organización. Define los objetivos y las estrategias relacionados con la adquisición, el desarrollo, la retención y la motivación del personal.

"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.

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" (Estratégico, 2023):

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" (Pursell, 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". (Pursell, 2022)
- 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" (Pursell, 2022).
- 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" (Pursell, 2022).
- 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" (Pursell, 2022).

Mapa Estratégico

Este modelo de planeación estratégica según (Romero, 2022) Es una herramienta visual que tiene la función de comunicar el plan estratégico a todos los integrantes de la compañía. El mapa estratégico se complementa con el Balanced Scorecard, sin embargo, no es exclusivo de esta metodología y puede ser utilizado con otros modelos.

El mapa estratégico comunica el plan de acción de manera estructurada, segmentando la información en diferentes niveles de participación dentro de la empresa, tales como directivos o ejecutivos. Considera también los departamentos y equipos de trabajo establecidos en el organigrama de la empresa.

Análisis PEST

Para (Romero, 2022) el análisis PEST permite analizar el mercado desde un punto de vista macro. Por lo general, es el paso anterior para realizar el análisis FODA,

ya que permite identificar las oportunidades y amenazas del mercado. Este modelo se basa en analizar factores cruciales dentro del territorio comercial. Estos aspectos son: políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Con el tiempo el análisis PEST ha sido llamado análisis PESTAL, ya que algunos autores han añadido otros factores. Estos aspectos son ambientales y legales, separándolos de los factores políticos. (pág.54)

Análisis PESTEL.

Según (Torres, 2022) "el análisis PESTEL es una herramienta de estudio estratégico que se utiliza ampliamente para la administración."

Para (Arias, 2016), esta herramienta; ofrece un acercamiento unilateral y atemporal a la multipresencialidad de las organizaciones, entendiendo que su objetivo es identificar, en un momento y en un espacio dados, los aspectos que permiten darle forma a una imagen organizacional relativa a ese sistema de referencia temporal y espacial.

Para esto resulta imperiosa la consideración de la influencia en el entorno empresarial y organizacional de los diferentes actores y de sus decisiones. Como expresa (Isabel, 2021), partiendo de tal premisa, menciona que tanto el entorno externo como el interno deben entenderse conjuntamente como parte de una sola entidad multifacética y compleja en la que convergen varias dimensiones: política, económica, tecnológica, humana y física. Dichas dimensiones tienen una dinámica histórica, por lo que también debe considerarse el aspecto temporal, conceptualizado como espacio-dinámica organizacional que se reconstruye históricamente, es decir, tiene un pasado, un presente y revela un futuro.

Análisis de las 5 fuerzas PORTER

En este modelo (Romero, 2022) Afirma que es el paso previo para el análisis FODA, y que esto ayuda a identificar amenazas y oportunidades. También sirve para identificar si el modelo de negocio se encuentra en el océano azul midiendo el atractivo del mercado. El análisis PORTER mide las fuerzas del mercado, entre ellas se encuentran:

- 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

El Análisis FODA es una herramienta que evalúa los factores internos y externos de una organización. Consiste en identificar los puntos fuertes y débiles internos, así como las oportunidades y amenazas externas. Este análisis introspectivo permite diagnosticar la situación empresarial y destacar las características que hacen a la organización competitiva y única. También señala las áreas de debilidad que requieren mejoras para equilibrar el rendimiento general de la organización. (Savkín, 2019)

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 amanezcas" (Varas, 2019)

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

Fortalezas

Función que realiza la organización de manera correcta, como son ciertas capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente (Ana, 2022)

Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen,

actividades que no se desarrollan positivamente, etc. pero que podemos tener influencia sobre ellas al conocerlas, para reducir sus efectos en la empresa. Identifica las debilidades y desarrolla una estrategia con los aspectos fuertes para superarlas (Ana, 2022)

Oportunidades

Variables que resultan positivas, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas competitivas con respecto a otras. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. (Ana, 2022)

Amenazas

Situaciones que provienen del entorno (variables externas) y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización, difícilmente podemos incidir en estas, sin embargo, es esencial conocerlas para minimizar la capacidad que tienen de afectarnos. (Ana, 2022)

Estrategias basadas en FODA

Estrategias de crecimiento

Las estrategias de crecimiento derivadas del análisis FODA de tu empresa son una combinación de tus fortalezas y tus oportunidades; esto significa que debes tomar todo lo bueno que tiene tu negocio para impulsarte a alcanzar un objetivo que te ayude a crecer (Pérez, 2022).

Estrategias de defensa

"Son una combinación de las amenazas y fortalezas de una empresa. Esto significa que deben usarse a favor del negocio los aspectos positivos que tengan para contrarrestar el lado negativo que gire en torno" (Pérez, 2022)

Estrategias de adaptación

Las estrategias de adaptación combinan las debilidades de un negocio o marca con sus oportunidades. Esto quiere decir que, si se detecta una deficiencia interna que

esté afectando el exterior de la empresa, es tiempo de realizar un cambio o adaptación para mejorar la situación (Pérez, 2022).

Estrategias de supervivencia

Las estrategias de supervivencia o retiro analizan los puntos más negativos que rodean a una empresa: sus debilidades y amenazas. Estos permiten conocer la situación actual del negocio y considerar las mejores decisiones que mantengan a flote las ventas o su estabilidad financiera (Berlitz, 2022).

Para desarrollar estrategias basadas en el análisis FODA, se pueden seguir varios procesos clave:

Para (Berlitz, 2022) existe una priorización de los elementos clave:

- Examina cuidadosamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en el análisis FODA. Determina cuáles son los elementos más relevantes y significativos para el objetivo o situación en cuestión.
- Coincidencia de fortalezas con oportunidades: Busca formas de utilizar las fortalezas identificadas para aprovechar las oportunidades del entorno. Identifica cómo puedes utilizar tus recursos, habilidades y ventajas competitivas para aprovechar al máximo las oportunidades externas.
- Mejora de debilidades para aprovechar oportunidades: Examina tus debilidades y considera cómo puedes mejorarlas para aprovechar las oportunidades del entorno. Identifica áreas en las que puedas desarrollar nuevas habilidades, adquirir recursos adicionales o implementar cambios internos que te permitan aprovechar las oportunidades.
- Mitigación de debilidades y amenazas: Analiza las debilidades y amenazas identificadas en el análisis FODA y desarrolla estrategias para mitigar su impacto. Esto puede implicar el desarrollo de planes de mejora, la implementación de medidas de contingencia o la búsqueda de alianzas estratégicas para compensar las debilidades y contrarrestar las amenazas.
- Análisis de riesgos y oportunidades: Evalúa los riesgos asociados con las amenazas identificadas y las oportunidades que podrían surgir de las

fortalezas y oportunidades. Considera escenarios futuros posibles y cómo podrían afectar tus estrategias. Desarrolla planes de contingencia para mitigar riesgos y aprovechar oportunidades inesperadas.

- Desarrollo de planes de acción: Basándote en las estrategias definidas, desarrolla planes de acción concretos y realistas. Establece metas claras, asigna responsabilidades, define plazos y determina los recursos necesarios para implementar las estrategias.
- Monitoreo y revisión: Una vez que hayas implementado las estrategias, lleva a cabo un seguimiento regular para evaluar su efectividad. Realiza ajustes y modificaciones según sea necesario. El análisis FODA es un proceso continuo, por lo que es importante revisar y actualizar regularmente tus estrategias a medida que evoluciona la situación.

Grafica del Modelo de Plan Estratégico FODA

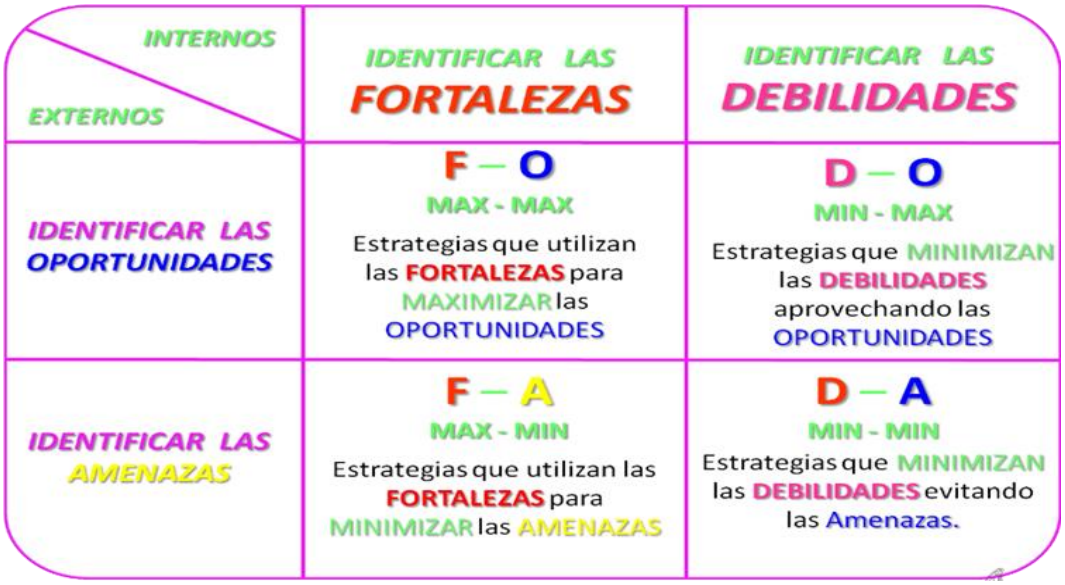


Figura 1 *Modelo de Plan Estratégico FODA*

ESTRATEGIAS

Definición

La estrategia es un concepto ampliamente utilizado en diferentes ámbitos, como los negocios, la guerra, el deporte y la vida cotidiana. En general, se refiere a un plan de acción diseñado para alcanzar un objetivo deseado a largo plazo, considerando los recursos disponibles y las condiciones del entorno.

Tipos de Estrategias

"Según (Estratégico, 2023) el área de aplicación se reconoce, 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" (Estratégico, 2023)
- Estrategia de diferenciación: "Se centra en crear una propuesta de valor única y diferenciada para los productos o servicios de la organización. Busca destacarse en el mercado ofreciendo características, atributos o beneficios que los distingan de la competencia". (Estratégico, 2023)
- Estrategia de liderazgo en costos: "Se enfoca en lograr una posición de costos bajos en comparación con los competidores. Busca eficiencias en la producción, la cadena de suministro, la logística u otras áreas para ofrecer productos o servicios a precios más bajos que los competidores". (Estratégico, 2023)
- Estrategia de enfoque: "Se concentra en atender un segmento de mercado específico o un nicho particular. La organización se especializa en satisfacer las necesidades de ese segmento de manera más efectiva que los competidores más amplios." (Estratégico, 2023)
- Estrategia de crecimiento: "Busca expandir el alcance y las operaciones de la organización. Puede incluir la expansión geográfica a nuevos mercados, la introducción de nuevos productos o servicios, la adquisición de otras empresas o la diversificación en áreas relacionadas". (Estratégico, 2023)
- Estrategia de alianzas estratégicas: "Implica establecer colaboraciones o alianzas con otras organizaciones para aprovechar sinergias y complementar recursos y capacidades. Puede ser mediante acuerdos de colaboración, fusiones, adquisiciones o asociaciones estratégicas." (Estratégico, 2023)
- Estrategia de desarrollo de nuevos mercados: "Busca identificar y penetrar en nuevos mercados o segmentos de mercado para ampliar la base de clientes de la organización. Esto puede implicar la adaptación de productos

o servicios existentes para atender necesidades específicas de nuevos mercados.” (Estratégico, 2023)

- Estrategia de innovación: “Se enfoca en la generación de nuevas ideas, productos, servicios o procesos para mantener la ventaja competitiva y responder a las demandas cambiantes del mercado. Involucra la creatividad y la implementación de mejoras continuas en la organización (Estratégico, 2023)
- Estrategia militar. “Es la planificación de acciones y recursos militares para asegurar la victoria sobre las fuerzas enemigas o para lograr objetivos específicos” (Estratégico, 2023)
- Estrategia de enseñanza y aprendizaje. “Es un conjunto de procesos y técnicas utilizadas con el objetivo de promover el aprendizaje” (Estratégico, 2023)
- Estrategia de juego. “Es una regla o plan de acción utilizado por un jugador para responder a posibles circunstancias en cada etapa del juego, cada jugador en un juego tiene un posible conjunto de estrategias para elegir qué movimientos realizar” (Estratégico, 2023)

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” (Estratégico, 2023)
- Estrategias operacionales. “Se enfocan en el día a día y las actividades continuas de la empresa, es decir, sus procedimientos” (Estratégico, 2023)
- Estrategias organizacionales. “Se enfocan en la organización de la empresa, es decir, su jerarquía, subdivisiones, distribución interna, etc” (Estratégico, 2023)
- Estrategias publicitarias. “Se relacionan con la publicidad y el marketing y todo lo relacionado con la imagen pública de la organización” (Estratégico, 2023)

GESTIÓN.

Definición

Las acciones y esfuerzos dirigidos a mejorar la productividad y competitividad de las empresas o negocios son fundamentales en la gestión empresarial. La optimización de la gestión no se limita únicamente a hacer las cosas mejor, sino también a hacerlas de manera correcta. En este sentido, resulta crucial identificar los factores que influyen en el éxito y en la obtención de mejores resultados en la gestión. (Berlitz, 2022)

El objetivo de la gestión empresarial es asegurar que la oferta de la empresa satisfaga la demanda de sus diferentes actividades o productos, mediante la implementación de procesos que reduzcan los costos y beneficien al consumidor. De esta manera, se logra un aumento constante en la productividad de la empresa. (Berlitz, 2022)

Clasificación de Gestión

(Berlitz, 2022) afirma que la clasificación de gestión es la siguiente:

- Análisis estratégico: Realizar un análisis exhaustivo y detallado de los escenarios políticos, económicos y sociales a nivel internacional, nacional y local, con el fin de diagnosticar e identificar los factores más probables que afectarán a los agentes empresariales y a la gestión empresarial. (Berlitz, 2022)
- Gestión organizacional o administrativa: Realizar una planificación anticipada de las actividades futuras de la empresa, estableciendo estrategias claras y definiendo metas y objetivos a cumplir. Organizar la estructura y funciones necesarias para alcanzar dichos objetivos, asignando roles y responsabilidades a las personas de manera adecuada. (Berlitz, 2022)
- Gestión de la tecnología de información: “Implementar de manera efectiva los sistemas de información y comunicación interna y externa en todas las áreas de la empresa, con el objetivo de facilitar la toma de decisiones conjuntas a través de Internet.” (Berlitz, 2022)

- Gestión financiera: “Buscar fuentes de financiamiento y créditos con costos reducidos, además de administrar, supervisar y evaluar el uso de los recursos financieros de la empresa con el fin de maximizar los rendimientos, manteniendo un registro contable adecuado”. (Luján, 2018)
- Gestión de recursos humanos o personal: “Optimizar la utilización de la fuerza laboral de manera eficiente, centrándose en el proceso de reclutamiento, retención y desarrollo del personal, con el objetivo de aprovechar al máximo su potencial y garantizar su crecimiento y desarrollo”
- Gestión de operaciones y logística: “Adquirir, gestionar y suministrar los productos y servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los consumidores, transformando eficientemente los recursos como materias primas, mano de obra, energía, insumos e información en productos finales debidamente distribuidos”. (Luján, 2018)
- Gestión ambiental: Promover la sensibilización y la adopción de políticas de protección ambiental en la empresa, contribuyendo así a la creación de conciencia sobre la necesidad de preservar el medio ambiente. (Luján, 2018)

En este sentido, un empresario exitoso, a través de una gestión empresarial sólida, busca establecer un modelo propio que se caracterice por:

- “Realizar una planificación estratégica a corto, mediano y largo plazo, anticipándose a los cambios y definiendo objetivos claros." (Luján, 2018)
- “Impedidas de reducción y control de costos, optimizando los recursos disponibles y buscando la eficiencia en todas las áreas de la empresa.” (Luján, 2018)
- “Generar valor agregado en los productos o servicios ofrecidos, diferenciándose de la competencia y satisfaciendo las necesidades de los clientes de manera superior”. (Luján, 2018)
- “Tener la capacidad de prever y adaptarse al cambio, siendo flexible y ágil en la toma de decisiones para responder a las demandas del mercado y a las transformaciones del entorno empresarial.” (Luján, 2018)
- “Contar con una visión amplia y detallada del negocio, comprendiendo tanto los aspectos estratégicos como operativos, y teniendo una perspectiva integral de todas las áreas y procesos de la empresa.” (Luján, 2018)

Capacidades y habilidades de la función Gerencial

En este contexto, (Benitez, 2022) confirma que "la función gerencial implica liderazgo, reconocimiento y seguimiento por parte de los subordinados, lo cual requiere una mayor capacidad técnica, profesional y espontánea, junto con otros aspectos directivos", como:

- Toma de decisiones acertadas, basadas en análisis y evaluación de información relevante.
- Fomento de la imaginación, creatividad y generación de ideas nuevas, así como la iniciativa para llevarlas a cabo.
- Mantenimiento de la honestidad, imparcialidad y firmeza en todas las acciones y decisiones.
- Habilidad para supervisar, controlar y liderar a los miembros del equipo, garantizando un desempeño efectivo y motivado.
- Capacidad para visualizar y anticipar las actividades futuras, identificando tendencias y oportunidades en el entorno empresarial.
- Paciencia para escuchar a los demás, generar entusiasmo, empatía y manejar conflictos de manera constructiva.
- Competencia para trabajar en equipo y promover la colaboración y la sinergia entre los miembros del grupo.
- Habilidad para establecer y mantener relaciones efectivas con diversas partes interesadas, como clientes, proveedores y socios comerciales.
- Disposición para asumir responsabilidades y correr riesgos inherentes a la gestión empresarial, buscando el crecimiento y el éxito.
- Capacidad para detectar oportunidades y generar nuevos negocios, aprovechando las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes.
- Competencia en el análisis y solución de dificultades y desafíos, aplicando un enfoque lógico y estratégico.
- Adaptabilidad al cambio y flexibilidad para ajustarse a nuevas circunstancias y exigencias del entorno empresarial.

- Deseo constante de superación personal y profesional, buscando el crecimiento y la mejora continua.
- Conocimiento y aplicación de técnicas de marketing para promocionar adecuadamente los productos o servicios de la empresa.

Funciones de la gestión.

Para (Luján, 2018) las funciones principales de la gestión en la administración de empresas pueden resumirse de la siguiente manera:

La planificación: Es la primera función y consiste en combinar los recursos disponibles para planificar nuevos proyectos que sean rentables para la empresa. Esto implica visualizar globalmente la empresa y su entorno, tomando decisiones concretas que conduzcan hacia los objetivos establecidos.

La organización: es la segunda función y tiene como objetivo agrupar los recursos de la empresa para que trabajen de manera conjunta, maximizando su aprovechamiento y aumentando las posibilidades de obtener resultados positivos.

- La dirección: implica establecer una comunicación efectiva entre los administradores y los empleados, con el propósito de crear un ambiente de trabajo adecuado y aumentar la eficacia de los empleados, lo que a su vez se traduce en mayores rendimientos para la empresa.
- El control: es la función final de la gestión y consiste en cuantificar el progreso alcanzado por el personal en relación a los objetivos establecidos. A través del control, se puede evaluar el desempeño y realizar ajustes necesarios para alcanzar los resultados deseados.
- La aplicación del concepto de gestión en la administración de empresas proporciona un nivel más alto de organización y eficiencia. Permite que la empresa se desempeñe de manera efectiva en su campo de acción. Si se desea emprender un nuevo negocio o hacer crecer una empresa existente, se recomienda adoptar el enfoque de gestión en su administración, ya que esto aumentará las posibilidades de éxito en la empresa. (Benitez, 2022)

Modelos de Gestión.

En el libro Modelos de Gestión, (Benitez, 2022) menciona los siguientes modelos:

- Modelo de planificación: En este modelo se ubican empresas con ambientes controlados, organizaciones posicionadas y maduras pertenecientes a determinados sectores, su situación es predecible, la normatividad y los reglamentos son claras cartas de navegación, son muy concretos. E líder es orientado al control disciplinar y de gestión, los objetivos son trazados a corto plazo, la toma de decisiones es jerarquizada, se dice a los empleados que deben hacer y además como hacerlo, en conclusión, se dominan los fines y los medios. Son compañías que obtienen altos rendimientos en el mercado de valores. (Benitez, 2022)
- Modelo de búsqueda: Se ubican en este contexto las empresas que son altamente competitivas y que se encuentran en crecimiento, la táctica y la estrategia son la clave para ganar, las organizaciones de este segmento son muy dinámicas. Las compañías de este tipo son flexibles con los medios (coordinación de actividades y toma de decisiones), se dice al empleado lo que debe hacer, pero se deja en libertad de buscar la forma para lograrlo, sin embargo, se mantienen firmes frente a los fines, su creador tiene muy claro lo que desea lograr (gestión de los objetivos) y permanentemente anima a su equipo para lograrlo. (Benitez, 2022)
- Modelo científico: Es visto como una alternativa de la planificación, en este tipo da libertad a los fines sin dejar de controlar los medios, se da cabida a la búsqueda del conocimiento y a la toma de decisiones consensuada. Hay que lograr unos objetivos, pero estos se vuelven intrínsecos, los colaboradores actúan por convicción, incitados por la iniciativa apegándose a ciertas normas y parámetros, pero las cosas suceden por su autoría. (Benitez, 2022)
- Modelo del descubrimiento: Este modelo es flexible con los medios y con los fines, dar tanta libertad puede verse desproporcionado, sin embargo, puede funcionar en empresas que están iniciando, recorriendo terrenos muy cambiantes, se puede aprender de todos, es posible recoger experiencias y

pensamientos de otros que a futuro pueden ser muy útiles, se juega un poco al ensayo error o ensayo "Eureka" encontrando el enfoque. También es posible implementarlo en organizaciones desgastadas que buscan un cambio. (Benitez, 2022)

- Modelo de Gestión por Objetivos (MBO): Este modelo se enfoca en establecer objetivos claros y medibles en todos los niveles de la organización. Los empleados participan en la definición de sus propios objetivos, que están alineados con los objetivos generales de la organización. Se establecen mecanismos de seguimiento y evaluación para garantizar el logro de los objetivos. (Benitez, 2022)
- Modelo de Calidad Total.: Este modelo, popularizado por empresas como Toyota, se basa en la mejora continua de la calidad en todos los procesos y áreas de la organización. Se enfoca en la satisfacción del cliente, la eliminación de desperdicios, la reducción de costos y la participación activa de los empleados en la mejora de los procesos. (Benitez, 2022)
- Modelo de Excelencia Empresarial (EFQM): El Modelo EFQM es un enfoque amplio que evalúa y mejora todos los aspectos de la organización, incluyendo liderazgo, estrategia, procesos, personas y resultados. Se basa en una evaluación sistemática utilizando un conjunto de criterios establecidos, con el objetivo de lograr la excelencia en todas las áreas de la organización. (Benitez, 2022)
- Modelo de Gestión de Proyectos: Este modelo se utiliza para gestionar proyectos de manera eficiente y efectiva. Incluye la definición clara de los objetivos del proyecto, la asignación de recursos, la planificación, el seguimiento del progreso y la evaluación de los resultados. Se utilizan enfoques y metodologías específicas, como el PMBOK (Project Management Body of Knowledge) o Agile, dependiendo de las características del proyecto. (Benitez, 2022)
- Modelo de Mejora Continua (Kaizen): Este modelo se basa en la idea de realizar mejoras incrementales y continúas en todos los aspectos de la organización. Se promueve la participación de los empleados en la identificación de problemas, la generación de ideas y la implementación de

soluciones. El enfoque se centra en la eficiencia, la calidad y la eliminación de actividades que no agregan valor. (Benitez, 2022)

- Modelo de Gestión del Cambio: Este modelo se utiliza para gestionar los procesos de cambio en una organización. Incluye la identificación de la necesidad de cambio, la planificación, la comunicación efectiva, la gestión de resistencias y el seguimiento de los resultados. Se utilizan enfoques como el modelo ADKAR (Awareness, Desire, Knowledge, Ability, Reinforcement) para gestionar el cambio de manera estructurada. (Benitez, 2022)

2.3 Marco Conceptual

A continuación, se presentará a detalle los principales términos con sus respectivos conceptos que serán utilizados en la presente investigación para una mejor comprensión del documento:

Competidores

Un competidor es una persona individual o jurídica que compite dentro de un mercado determinado, ofreciendo bienes o servicios para poder obtener un beneficio económico. En general, al decir que puede ser una persona individual hacemos referencia a un sujeto que ofrece sus servicios en el mercado laboral, buscando obtener una colocación en un puesto de trabajo y recibiendo la remuneración del salario respectivo (Quiroa, 2020).

Control.

El término "control" en el contexto de la gestión y administración de empresas se refiere a la función de monitorear y evaluar el desempeño de la empresa, sus procesos, actividades y resultados, con el fin de asegurar que se estén alcanzando los objetivos establecidos.

El control implica medir y comparar los resultados reales con los objetivos planificados, identificar desviaciones o variaciones y tomar las acciones correctivas necesarias para corregir cualquier problema o ajustar el rumbo de la empresa. (Arce, 2022)

Competitividad.

La competitividad se refiere a la capacidad de una entidad (como una empresa, una industria, una región o un país) para competir efectivamente en un mercado. Es la habilidad para producir bienes o servicios de alta calidad de manera eficiente y a un costo competitivo en relación con otros actores del mercado. (Benitez, 2022)

Déficit

El déficit es aquella situación que se genera cuando hay escasez de algo necesario. En finanzas, se entiende por déficit cuando los gastos superan a los ingresos (existe

escasez de dinero). El déficit existe cuando el balance de una organización o persona cuenta con saldo negativo, es decir, es deficitario. En este escenario, los ingresos no son suficientes para afrontar los gastos, o, dicho de otro modo, la capacidad de recaudación de ingresos es menor que las cargas con las que se cuenta (Arias, 2016).

Empresa

Es una organización o entidad conformada por un capital y trabajadores que se encargan de ofrecer productos y servicios a los consumidores y a su vez obtienen una ganancia. Por lo general, la creación de una organización responde a las necesidades de cubrir un servicio o una carencia en un determinado entorno o sector de la población (Pérez, 2022).

Estrategia

"La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos" (Westreicher, 2020).

Estrategias de ventas

La estrategia de venta se define las acciones que contribuyen al crecimiento de la empresa para que se alcance la rentabilidad esperada. Hay que tener en cuenta que esta estrategia no es tan simple como parece, sino que debe incorporar a todos los componentes de la empresa más allá del departamento comercial. Cuanto más se trabaje esta estrategia, más efectividad se obtendrá para alcanzar los resultados propuestos (Tekams, 2022)

Factible

Factible significa que una acción u objeto puede ser realizado o llevado a cabo debido a su naturaleza que permite accesibilidad. Cuando se considera accesibilidad a uno de los factores anteriores se dice que existe factibilidad, es considera que los recursos son suficientes para poder ejecutar el objetivo o meta señalada (QueSignifica.org, s.f.)

Funciones.

El término "funciones" en el contexto de la administración y gestión se refiere a las tareas, responsabilidades o actividades específicas que se llevan a cabo dentro de una organización para lograr los objetivos y metas establecidos.

Las funciones son las diferentes áreas o actividades clave que deben ser desempeñadas de manera efectiva para que una organización funcione de manera eficiente. (Arias, 2016)

Gestión.

La gestión se refiere al conjunto de actividades, procesos y acciones que se llevan a cabo para planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización con el fin de alcanzar sus objetivos de manera eficiente y efectiva.

La gestión abarca todas las actividades relacionadas con la administración y el manejo de una organización, ya sea una empresa, una institución, una entidad gubernamental o cualquier otro tipo de entidad. Se ocupa de coordinar y optimizar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos para lograr los resultados deseados. (Luján, 2018)

Matriz FODA.

Es una matriz de análisis que permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, institución o persona, a fin de desarrollar con éxito un determinado proyecto. El estudio de la matriz FODA permite identificar problemas, prever escenarios, predecir complicaciones, observar soluciones, visualizar puntos débiles de la entidad y transformarlos en fortalezas y oportunidades (Benitez, 2022).

Publicidad

La publicidad es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial a un público de posibles consumidores. A través de recursos visuales, sonoros o textuales, la publicidad busca atraer y captar la atención de las audiencias y convencerlas de adquirir un producto o servicio (Ana, 2022).

Plan

La palabra plan que quiere decir altitud o nivel que proviene del latín ‘’ Planus ‘’ y puede traducirse como ‘’plano’’. Un plan es una serie o de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación (Emanuel, 2021).

Plan estratégico

El plan estratégico es un documento que detalla la manera en que tu negocio se va a desarrollar a corto, mediano y largo plazo. Este plan se basa en proyecciones cuantitativas y cualitativas para determinar cuáles son los paradigmas que la empresa debe seguir para lograr sus objetivos y aumentar su rentabilidad (Torres, 2022).

2.4 Marco Legal

La presente investigación se fundamenta en las siguientes leyes:

El (Ley & Emprendimiento, 2020)**, en el Título V-A, RÉGIMEN IMPOSITIVO PARA MICROEMPRESAS, Capítulo I GENERALIDADES, se menciona:**

Art. 253.1.- Contribuyentes sujeto al régimen para microempresas. - Se sujetarán al régimen para microempresas las personas naturales, las sociedades residentes fiscales del Ecuador o establecimientos permanentes de sociedades extranjeras, incluidos los emprendedores, que cumplan con las condiciones previstas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y su reglamento, para ser considerados microempresas.

Art. 253.2.- Limitaciones al régimen para microempresas. - No podrán acogerse al régimen de microempresas:

1. Aquellos contribuyentes que se encuentren sujetos a regímenes impositivos simplificados u otro tipo de régimen tributario similar.

2. Los organismos internacionales, organismos multilaterales, agencias especializadas internacionales, organismos no gubernamentales, las instituciones del Estado y las empresas públicas.

3. Las instituciones financieras sujetas al control de la Superintendencia Bancos y Seguros, y las organizaciones del sector financiero popular y solidario, sujetas al control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

4. Aquellos que desarrollan exclusivamente las actividades previstas en los artículos 28 y 29 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

5. Aquellos que desarrollan exclusivamente actividades de ocupación liberal, así como las personas naturales cuya actividad económica sea la prestación de servicios profesionales, notarios y registradores.

6. Aquellos que desarrollen actividades de prestación del servicio de transporte terrestre público de pasajeros, así como los servicios de transporte terrestre comercial.

7. Los contribuyentes que obtengan exclusivamente ingresos bajo relación de dependencia.

8. Los contribuyentes que obtengan exclusivamente ingresos sujetos al impuesto a la renta único.

9. Aquellos que perciban exclusivamente rentas de capital, incluidas las sociedades tenedoras de acciones.

10. Actividades de exploración, explotación y/o transporte de recursos naturales no renovables.

11. Ingresos de transporte internacional pasajeros a través de sucursales extranjeras, Courier.

12. Comercializadoras de combustibles.

La (Ley & Emprendimiento, 2020) **s, en la sección de MICROEMPRESAS mencionan:**

Art. 1.- Objeto. - La presente resolución establece las normas para la aplicación del Régimen Impositivo para Microempresas.

Art. 2.- Definiciones. - Para efectos del Régimen Impositivo para Microempresas, además de las definiciones previstas en la normativa tributaria vigente, se considerarán las siguientes:

1. Actividad económica principal: Consiste en el desarrollo de una actividad económica previamente registrada en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuyos ingresos obtenidos en un ejercicio fiscal superan a otros obtenidos en cualquier actividad económica adicional.

2. Comisionista: Aquella persona natural, sociedad o establecimiento permanente de una sociedad no residente en Ecuador, que se dedica habitualmente a la venta de bienes, de derechos o la prestación de servicios a cambio de una comisión, sin exponerse, en esencia económica, a los riesgos y ventajas significativos asociados a la realización de dichas transacciones.

Según la (Superior, 2018), **en el área de expedir la normativa para la intervención de las y los intendentes generales de policía, subintendentes de policía y comisarios nacionales de policía del país, en el CAPITULO I, PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS son:**

Art. 1.- El permiso de funcionamiento a locales y establecimientos donde se prestan servicios de alojamiento a huéspedes, permanentes o transeúntes, restaurantes, o en general, lugares donde se consuman alimentos y/o bebidas alcohólicas, que no estén

regulados por el Ministerio de Turismo, conforme lo determina el Decreto Supremo 3310-B, será otorgado por el Ministerio del Interior, a través de las Intendencias Generales de Policía de la jurisdicción correspondiente, de conformidad al procedimiento establecido en este reglamento.

El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año fiscal.

Previo al otorgamiento del permiso anual de funcionamiento, el propietario, administrador o representante legal, deberá efectuar el pago de la tasa y del valor por concepto de la recuperación de costos establecido, según la categoría a la que corresponda el local. La gestión del pago será administrada por la Dirección Financiera del Ministerio del Interior o de las unidades financieras desconcentradas de la jurisdicción respectiva.

El pago anual de los permisos de funcionamiento se deberá realizar dentro de los tres primeros meses de cada año fiscal. En los casos de emisión del permiso por inicio o reinicio de actividades comerciales, el pago se realizará previamente a la obtención del permiso de funcionamiento.

Art. 2.- El catastro de establecimientos será elaborado sobre la base de información registrada y compilada en el sistema informático de permisos de funcionamiento del Ministerio del Interior, hasta el 30 de noviembre de cada año fiscal.

La Dirección Financiera del Ministerio del Interior legalizará el catastro para el cobro del permiso anual de funcionamiento para el siguiente año fiscal. El registro de catastros legalizados será remitido a la Dirección de Control y Orden Público.

Art. 3.- Los locales y establecimientos sujetos a la obtención del permiso de funcionamiento, se dividen en las categorías:

CATEGORIA SEIS. - Tiendas y Abacerías. - Se consideran dentro de esta categoría a los locales y establecimientos de venta de alimentos y bebidas al por menor, tales como tiendas, abacerías, venta de frutas y legumbres, frigoríficos, tiendas naturistas, quioscos, abarrotes, micro mercado. En estos locales está prohibido consumir bebidas alcohólicas y/o de moderación, tanto dentro de dichos locales como en las áreas públicas adyacentes al establecimiento.

Los parámetros mínimos que deben cumplir los locales de esta categoría son:

a) Rótulo que identifique al establecimiento dentro de esta categoría;

b) Área física exclusiva para el desarrollo de estas actividades o en su defecto un espacio físico independiente del área destinada para la vivienda;

c) Agua potable y electricidad;

d) Estanterías y un mostrador para la exhibición de los productos; y,

e) Exhibir en un lugar visible al cliente los permisos correspondientes.

Los locales comprendidos en esta categoría, como actividad económica secundaria, a excepción de los frigoríficos, venta de frutas y legumbres, tiendas naturistas, quioscos y otros de naturaleza similar, podrán expender bebidas alcohólicas y/o de moderación, de lunes a domingo, permitiéndose para tal efecto, disponer de una asignación máxima no superior al diez por ciento de la totalidad de los productos de primera necesidad que allí se expendan. Se dispondrá de una distribución máxima del cinco por ciento del espacio de exhibición del local para las bebidas alcohólicas y/o de moderación, y cinco por ciento restante, embodegado. Los establecimientos ubicados dentro de las gasolineras, podrán vender bebidas alcohólicas sin refrigeración para consumo exclusivo en domicilios de lunes a miércoles de 16h00 a 22h00; de jueves a sábado de 18h00 a 00h00; y, los domingos, de 10h00 a 15h00.

En el caso de incumplimiento del porcentaje máximo estipulado en el inciso precedente, se procederá de acuerdo a lo dispuesto en el régimen de sanciones para las infracciones relacionadas con el Permiso de Funcionamiento previsto en este Reglamento.

El horario de funcionamiento de los establecimientos de esta categoría es de lunes a domingo de 06h00 hasta 23h00, con excepción de los locales ubicados dentro de las gasolineras, que podrán funcionar las 24 horas.

El horario de funcionamiento deberá ser de cumplimiento obligatorio, aunque en los alrededores de este tipo de establecimientos se esté desarrollando un evento público cuya duración exceda el horario máximo habilitado para el funcionamiento del local.

Según (Ley & Emprendimiento, 2020) **el REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN 2020, en el capítulo I, en las 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

En el capítulo II de POLÍTICAS PÚBLICAS E INSTITUCIONALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO 2020, LEY & EMPRENDIMIENTO menciona:

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

En el capítulo III DEL FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN 2020, (Ley & Emprendimiento, 2020) **menciona:**

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:

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

Proponer al CONEIN los lineamientos relacionados con temas de competitividad, emprendimiento e innovación a ser implementados por los entes rectores.

Emitir información oportuna para el CONEIN

Analizar ámbitos, temas, hechos y actores para establecer las mejores condiciones de toma de decisiones del CONEIN

Las demás que consten en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

En cuanto al artículo 10 sobre la Atribuciones de la o el presidente del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación menciona que: La o el presidente del CONEIN tendrá las siguientes atribuciones

Ejercer la representación del CONEIN;

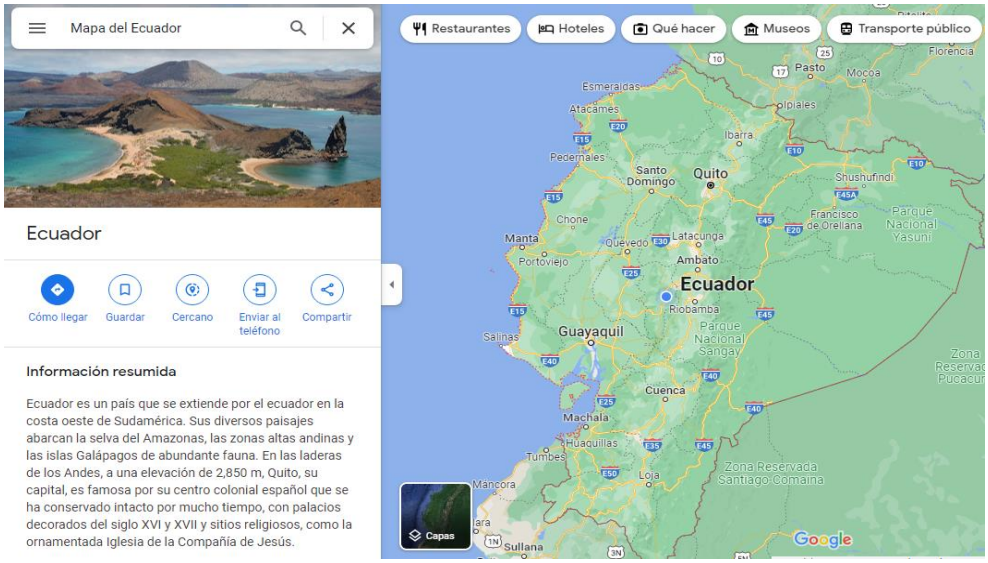
Disponer la convocatoria a las sesiones ordinarias y extraordinarias; y,

Las demás que consten en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y las que le asigne el CONEIN

2.5 Marco Geo referenciar

Mapa del Ecuador

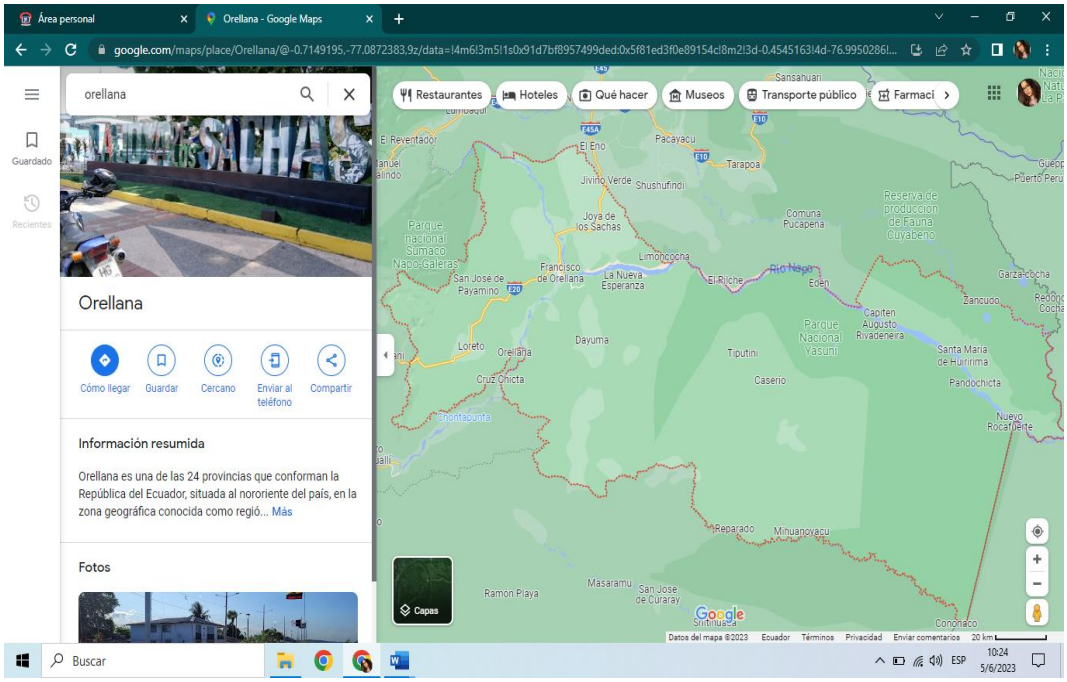
Figura 2 *Mapa del Ecuador*



Nota: ***Google Maps***

Mapa de la Provincia Orellana

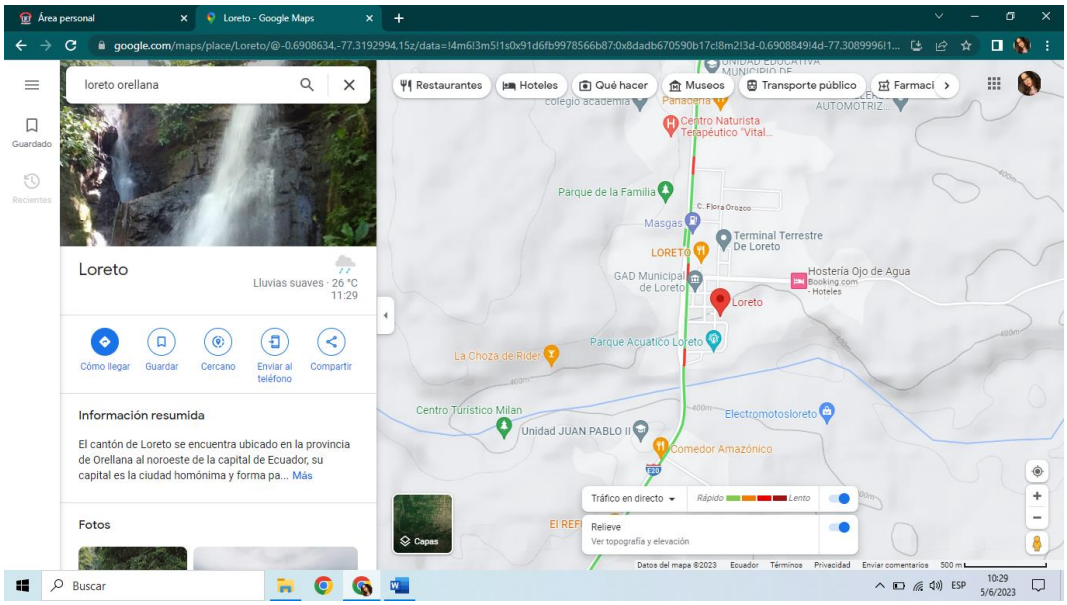
Figura 3 *Mapa de la Provincia Orellna*



Nota: *Google Maps*

Mapa del Cantón Loreto

Figura 4 *Mapa del Cantón Loreto*



Nota: *Google Maps*

Ubicación de la microempresa "ABARROTES DAMITA".

Dirección: Vía al Tena S/N y Luis peña

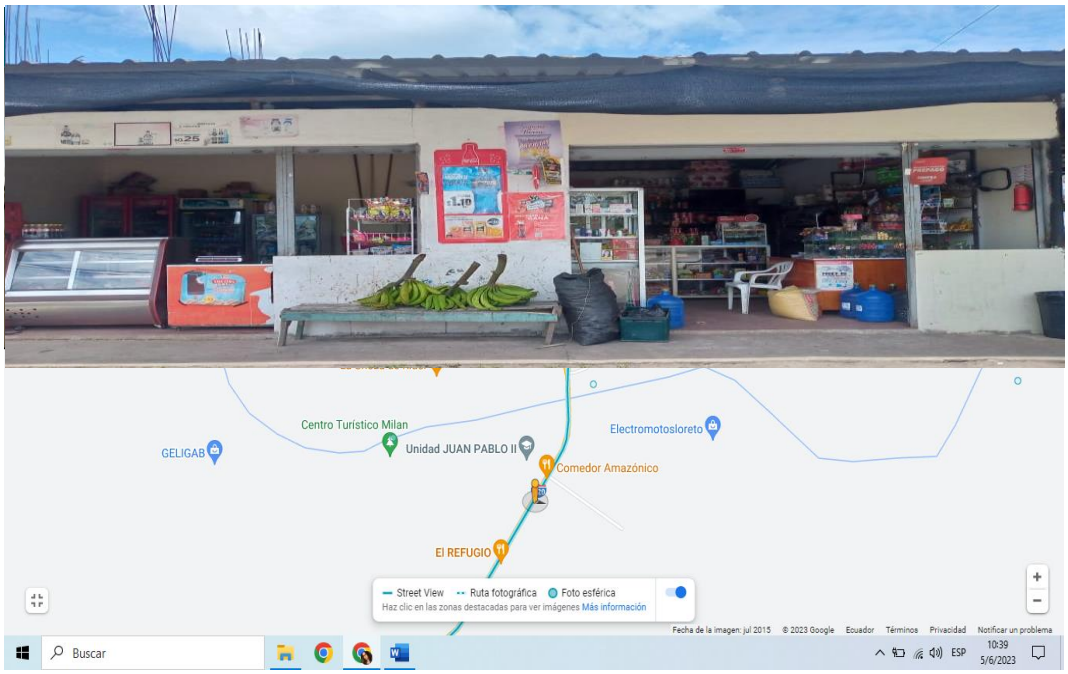


Figura 5 *Ubicación de la microempresa "ABARROTES DAMITA"*

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 los empleados, y clientes frecuentes, tanto minoristas como mayoristas, 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 microempresa ABARROTES DAMITA, con el fin de recopilar información relevante acerca del tema de investigación.

3.1.2 Investigación Bibliográfica

Se utilizará 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 microempresa ABARROTES DAMITA, 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 microempresa ABARROTES DAMITA, 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 utilizarán 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 estudiarán los problemas de la microempresa ABARROTES DAMITA, 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 microempresa ABARROTES DAMITA., 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 ayudará a analizar la información recopilada acerca del problema planteado y los resultados de las investigaciones de campo, de tal manera que nos permitirá establecer cuáles 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 aplicará las encuestas a los trabajadores y clientes frecuentes de la microempresa ABARROTES DAMITA, 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 microempresa ABARRTES DAMITA, mismo que ocupa el cargo de gerente general la Sra. Diana Alvarez con el fin de conocer aspectos específicos de la microempresa.

3.5 Universo, Población y Muestra

Se decidió dividir a nuestro universo en dos, el primer universo está conformado por unos totales de 9 personas tanto directivos como empleados de la microempresa ABARROTES DAMITA.

Tabla 2 *Trabajadores de la microempresa "ABARROTES DAMITA"*

NUMERO	NOMBRE	CARGO
1	DIANA BEATRIZ ALVAREZ ROBLES	Gerente General
2	MELINA SANCHEZ	Cajera
3	KEVIN MENESES	Bodeguero
4	JORDY PINZA	Bodeguero
5	FRANKLIN MENESE	Chofer

6	MAURICIO MELO	Chofer
7	JAMILETH	Vendedores
8	BRIGITTHE	Vendedores
9	YADIRA JIPA	Vendedores

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 microempresa ABARROTES DAMITA.

El segundo universo que se tomó en cuenta a 30 personas que son los clientes frecuentes, minoristas y mayoristas que tiene la microempresa ABARROESTA DAMITA.

3.6 Procesamiento de la Información

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

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

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

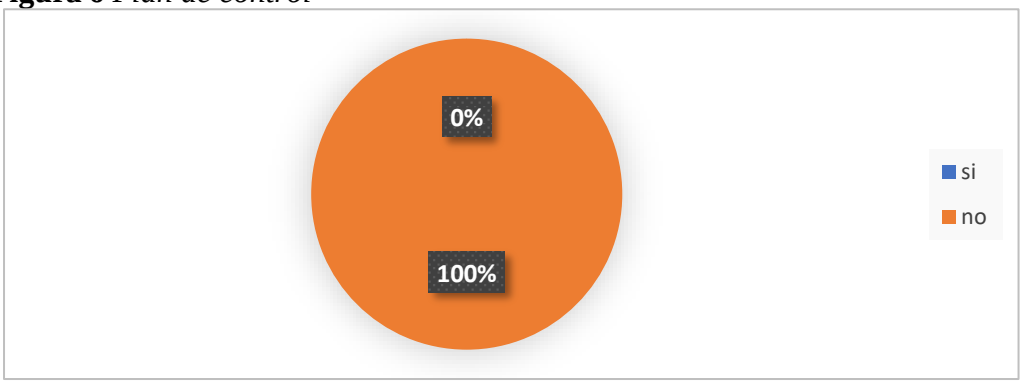
1 ¿La microempresa ABARROTES DAMITA cuenta con algún tipo de plan de control?

Tabla 3 *Plan de control*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Figura 6 *Plan de control*



***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Análisis e Interpretación

Todos los empleados encuestados en ABARROTES DAMITA dieron respuestas negativas, indicando una falta total de planos de control. Esto puede deberse a la escasez de recursos y un enfoque operativo poco formal. Esta situación señala una ausencia de procedimientos estructurados para supervisar y gestionar los procesos, lo que afecta la eficiencia y calidad operativa.

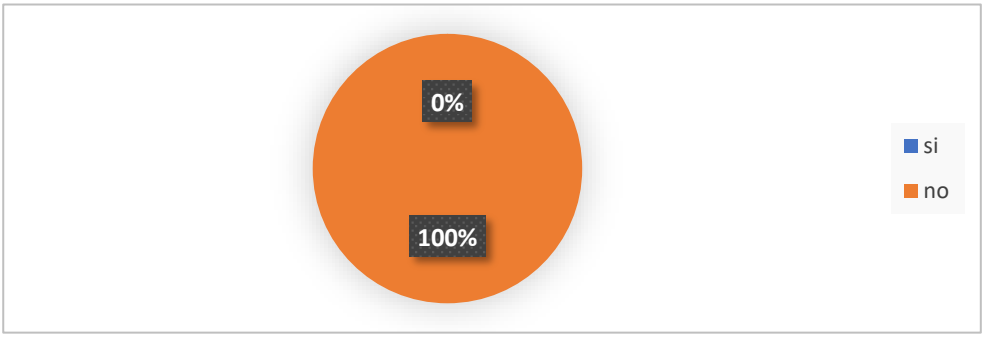
2 ¿La microempresa ABARROTES DAMITA tiene un enfoque a largo plazo?

Tabla 4 *Enfoque a largo plazo*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Figura 7 *Enfoque a largo plazo*



***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Análisis e Interpretación

Los diez empleados reportaron que la microempresa carece de esta perspectiva, este hallazgo sugiere que la microempresa no está dedicando recursos o esfuerzos para planificar estratégicamente su desarrollo futuro, lo que podría comprometer su capacidad para mantenerse competitiva y adaptarse a los cambios del mercado con el tiempo, estas respuestas apuntan a la necesidad de una perspectiva a largo plazo para impulsar su crecimiento sostenible y competitividad en el mercado.

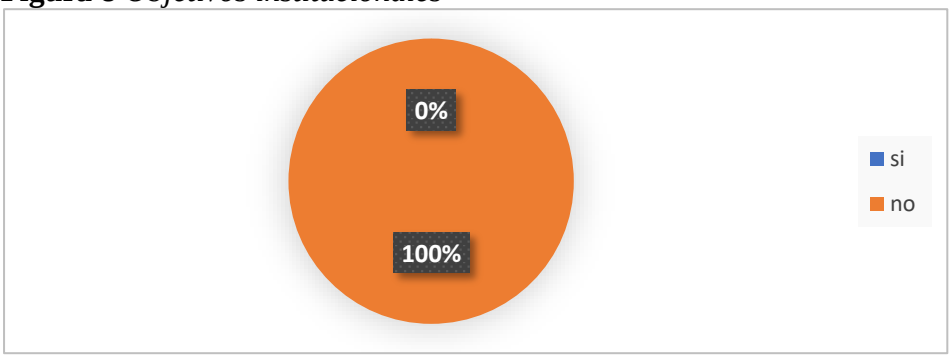
3 ¿Tiene definido objetivos institucionales sobre organización de la microempresa ABARROTES DAMITA??

Tabla 5 *Objetivos institucionales*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 8 *Objetivos institucionales*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

De los diez empleados encuestados, diez confirman que la microempresa no tiene objetivos institucionales definidos en relación con su organización, estos resultados sugieren que la microempresa carece de metas formales y directrices estratégicas relacionadas con la estructura y organización de la empresa, esta falta de objetivos institucionales puede limitar la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación a medida que la empresa crece, la carencia de objetivos institucionales, como se evidencia en las respuestas, sugiere la necesidad de que ABARROTES DAMITA considere establecer objetivos claros y definidos para guiar su operación y alcanzar resultados exitosos a largo plazo.

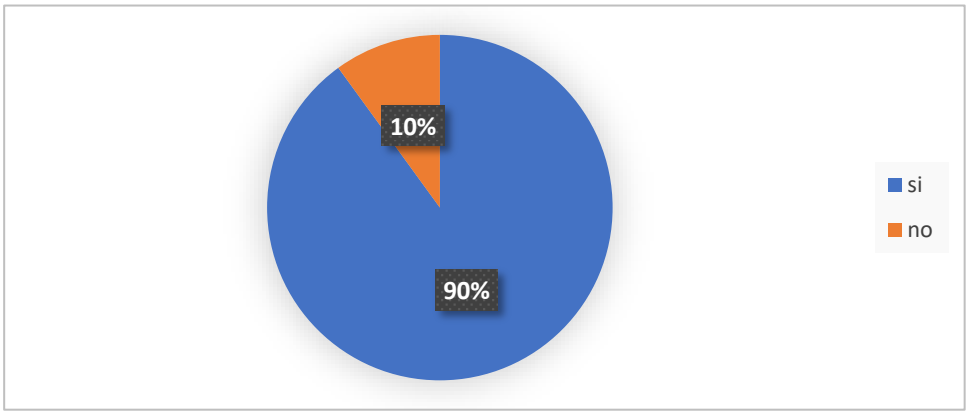
4 ¿Cuentan con políticas de control en la microempresa?

Tabla 6 *Políticas de control*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	9	90%
No	1	10%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 9 *Políticas de control*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

La totalidad de los empleados indicaron que la microempresa efectivamente cuenta con políticas de control, mientras que el uno restante respondió que no. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados perciben la existencia de políticas establecidas para guiar y regular las operaciones de la microempresa, la implementación de políticas de control es un paso positivo para asegurar la coherencia y eficiencia en las operaciones, así como para mantener altos estándares de calidad y cumplimiento.

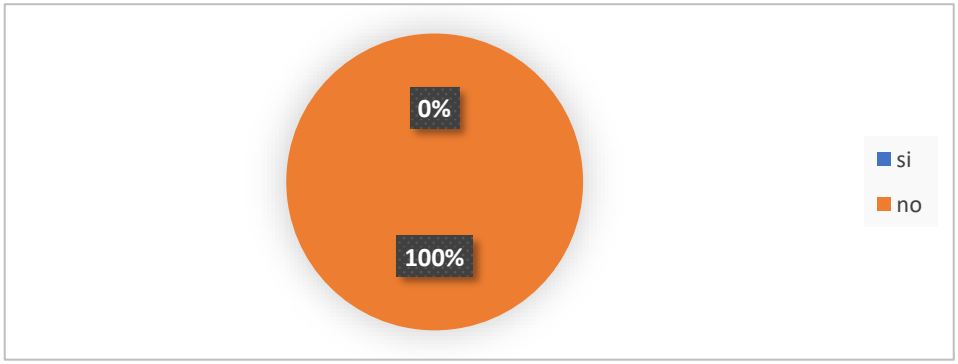
5 ¿La microempresa ABARROTES DAMITA cuenta con una estructura organizativa a partir de las funciones?

Tabla 7 *Estructura organizativa*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 10 *Estructura organizativa*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Las respuestas señala que ninguno de los empleados identifica en la microempresa una estructura organizativa, la carencia de variabilidad sugiere una falta de diversidad de percepciones en este aspecto, las respuestas negativas pueden derivar de diversas posibles razones, como el tamaño limitado de la microempresa, la carencia de recursos para establecer una estructura más formal o la inclinación hacia una organización más adaptable, la carencia de una estructura que defina funciones y responsabilidades de manera clara en la empresa, lo cual podría indicar una organización informal y sugiere la posibilidad de que carezca de roles y responsabilidades definidos de manera formal en su funcionamiento interno.

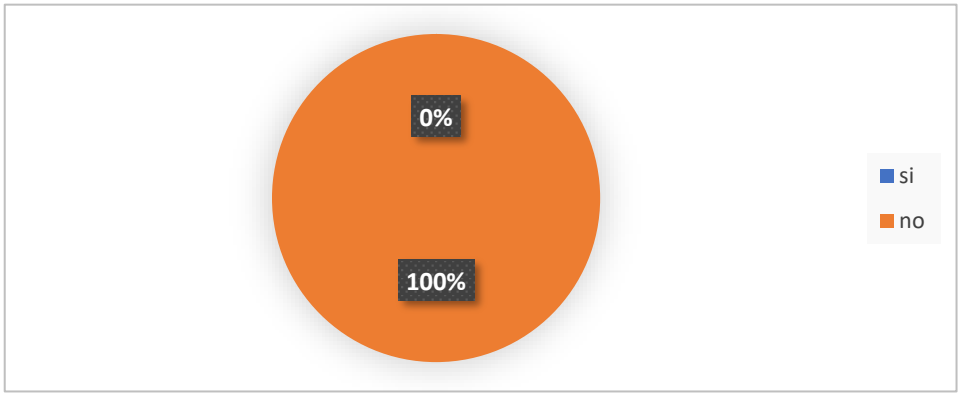
6 ¿Cuentan con un sistema para llevar el control del personal?

Tabla 8 *Control del personal*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 11 *Control del personal*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los empleados en su totalidad, reconocieron la falta de un sistema para el control del personal, este hallazgo sugiere una carencia de estructura formal para supervisar y administrar la gestión del personal, lo que podría influir en la ineficiencia en la asignación de tareas, el seguimiento del rendimiento y la gestión general, para mejorar en estos aspectos, se considerar la implementación de un sistema de control del personal estructurado, con el objetivo de optimizar la gestión de su equipo y mejorar su rendimiento en general.

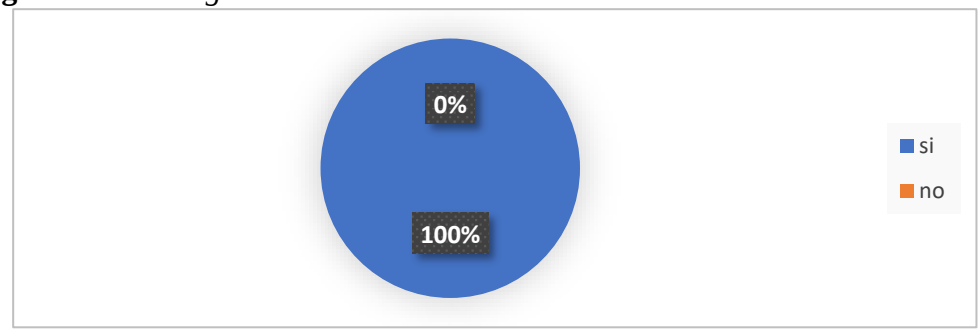
7 ¿Aplican estrategias o técnicas de venta?

Tabla 9 *Estrategias de venta*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	**15**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 12 *Estrategias de venta*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Diez de diez empleados respondieron que la microempresa efectivamente aplica estrategias de venta, estos resultados indican que la microempresa está involucrada en la implementación de enfoques como la segmentación de clientes, la promoción de productos o la mejora de la experiencia del cliente para promover y mejorar sus ventas, la adopción de estrategias y técnicas de venta puede ser fundamental para aumentar la competitividad y el rendimiento en el mercado, lo que sugiere que la microempresa está activamente comprometida en la optimización de sus actividades de venta..

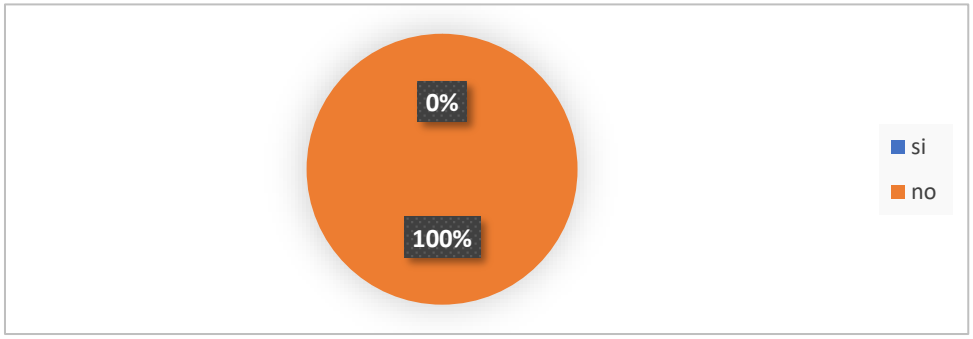
8 ¿Cuentan con un sistema de control del inventario?

Tabla 10 *Control de inventario*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 13 *Control de inventario*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los diez empleados encuestados afirman que no tiene un sistema formal establecido para rastrear y gestionar su inventario, la ausencia de un sistema de control del inventario podría llevar a problemas de stock, pérdida de ventas debido a productos agotados o excedentes, y dificultades en la gestión general de los recursos, en vista de estos resultados, sería aconsejable que la microempresa considere la implementación de un sistema de control del inventario para mejorar la eficiencia en la administración de sus productos y recursos, tales como Primero en entrar y Primero en Salir (PEPS) o el Método Promedio.

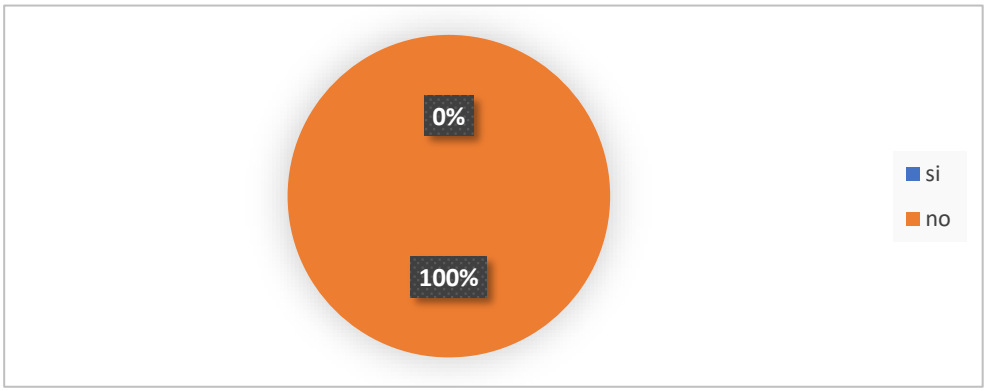
9 ¿Cuentan con un sistema de cobro a los clientes adecuado con el que se lleven las cuentas de forma correcta?

Tabla 11 *Sistema de cobro*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	6	40%
No	9	60%
Total	**15**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 14 *Sistema de cobro*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los empleados afirman que la microempresa carece de una estructura o herramienta formal para gestionar los cobros y llevar un seguimiento adecuado de las transacciones con los clientes, la ausencia de un sistema de cobro efectivo podría derivar de diversas razones, como limitaciones de recursos, enfoque más informal en las operaciones o falta de priorización en el registro de las cuentas de los clientes, debido a esto puede tener implicaciones tanto en la satisfacción del cliente como en la salud financiera de la microempresa, los clientes podrían enfrentar dificultades si sus cuentas no se gestionan de manera adecuada, y la microempresa podría sufrir pérdida de ingresos y falta de claridad en su situación financiera.

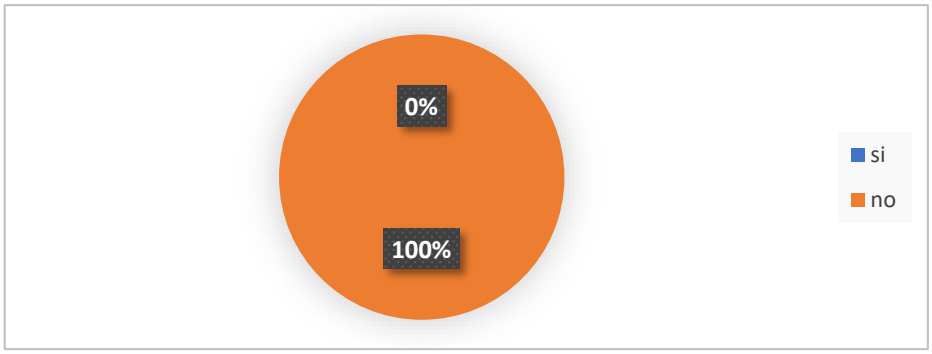
10 ¿Ha recibido quejas por parte de los clientes con respecto al precio de venta de los productos?

Tabla 12 *Precios adecuados*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**15**	**100%**

Nota: Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 15 *Precios adecuados*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los diez empleados respondieron de manera unánime con un "No" en relación a si han recibido quejas por parte de los clientes acerca del precio de venta de los productos, la ausencia de quejas por parte de los clientes sobre los precios puede deberse a varios factores, como una política de precios adecuada, un buen equilibrio entre calidad y costo, o una comunicación efectiva con los clientes sobre los valores de los productos, no obstante, es importante continuar monitoreando los comentarios y necesidades de los clientes para asegurarse de que los precios sean percibidos como justos y competitivos en el mercado.

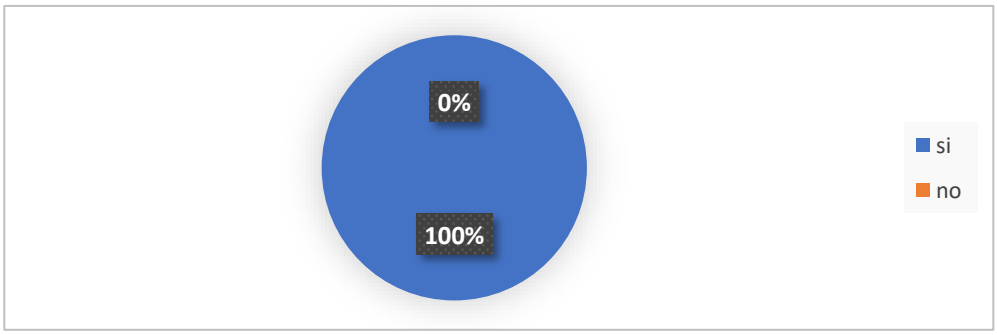
11 ¿Cuentan con una infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarias?

Tabla 13 *Infraestructura*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
Total	**15**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 16 *Infraestructura*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Diez de diez empleados encuestados, indican que la microempresa cuenta con una infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarias, este resultado sugiere que la microempresa dispone de las instalaciones y el entorno necesario para realizar sus operaciones de manera efectiva y eficiente, una infraestructura propia y adecuada es esencial para garantizar la calidad de los productos o servicios y para brindar un entorno cómodo tanto para los empleados como para los clientes, en este caso, la microempresa está en una posición favorable al contar con las condiciones necesarias para sus actividades diarias..

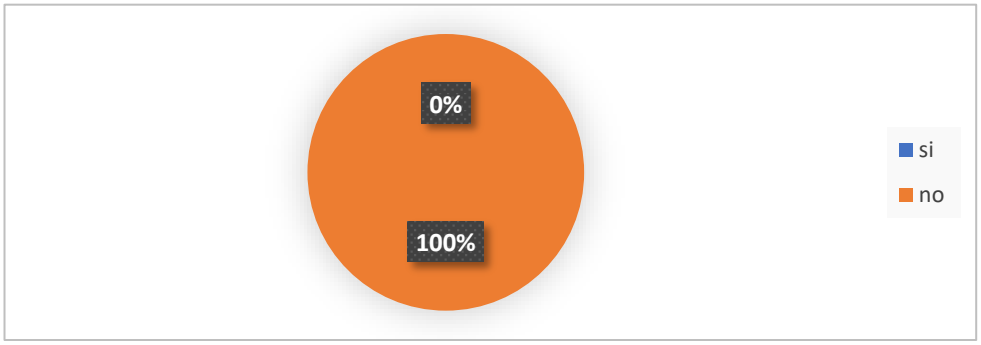
12 ¿Cuenta con registros contables para el control financiero de la microempresa?

Tabla 14 *Registros contables*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 17 *Registros contables*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los empleados indican que la microempresa carece de registros formales y estructurados tales como balance general, estado de resultados, entre otros, para gestionar y controlar su situación financiera, dificultando la toma de decisiones claras y precisas en el seguimiento de ingresos y gastos, la identificación de áreas de mejora financiera y la presentación de informes precisos para fines fiscales y de gestión, en vista de estos resultados, sería necesario que la microempresa considere la implementación de un sistema de contabilidad para mejorar su gestión financiera y su transparencia en este aspecto.

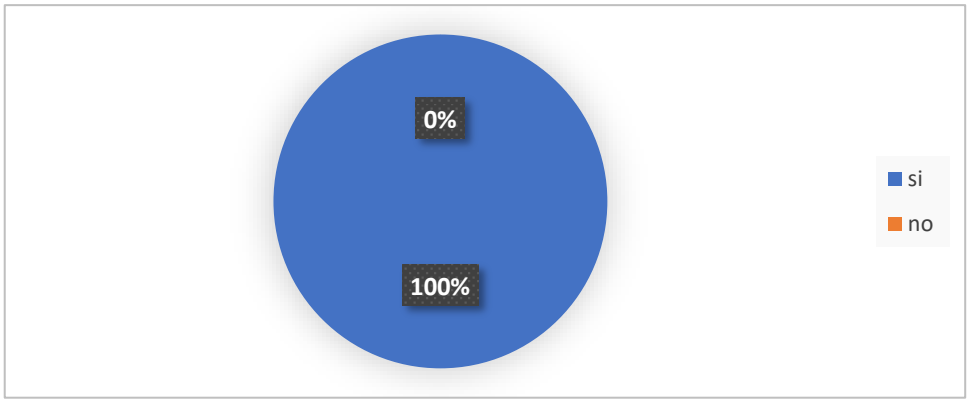
13 ¿Considera usted en postura de empleado que el horario de atención establecido es el correcto?

Tabla 15 *Horario de atención*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 18 *Horario de atención*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

La aprobación unánime de los diez empleados encuestaos del horario de atención puede indicar que la microempresa ha establecido un horario que es conveniente tanto para los empleados como para los clientes, teniendo en cuenta las necesidades y demandas del negocio, la satisfacción de los empleados con el horario de atención puede influir en su productividad, satisfacción laboral y bienestar general, un horario adecuado puede contribuir a la retención de empleados y a un ambiente laboral positivo.

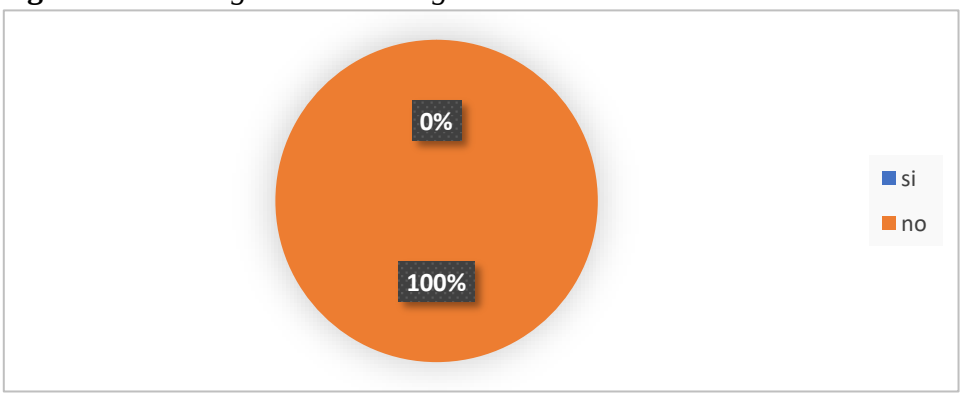
14 ¿Cuenta con estrategias de marketing para el desarrollo de la microempresa?

Tabla 16 E*strategia de marketing*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
Total	**15**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 19 *Estrategia de marketing*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Diez de diez empleados afirman la falta de estrategias de marketing, podría deberse a varias razones, como falta de recursos, falta de conocimiento en marketing o una percepción de que no es una prioridad en el negocio, la carencia de estrategias de marketing puede limitar la visibilidad de la empresa, su capacidad para llegar a nuevos clientes y su crecimiento general, dificultades para atraer nuevos clientes y una pérdida de oportunidades para aumentar la base de clientes y los ingresos, esto sugiere que ABARROTES DAMITA podría considerar la implementación de estrategias de marketing efectivas para mejorar su visibilidad, atraer nuevos clientes y lograr un desarrollo más sólido en el mercado.

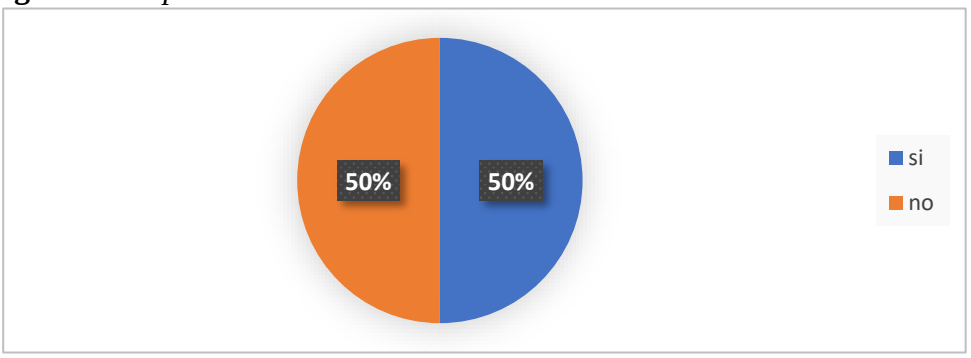
15 ¿Considera que está capacitado para la adecuada practica de sus labores?

Tabla 17 *Capacidad laboral*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 20 *Capacidad laboral*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Cinco de diez empleados afirman que se sienten capacitaos para la realización de sus labores, se sienten competentes y seguros en sus roles, mientras que los cinco restantes podrían sugieren que se sienten inseguros o carecen de capacidad laboral, la percepción de la capacidad laboral puede influir en la satisfacción y el rendimiento de los empleados, los empleados que se sienten capacitados suelen ser más productivos y comprometidos, mientras que aquellos que se sienten inseguros podrían enfrentar desafíos en su trabajo diario.

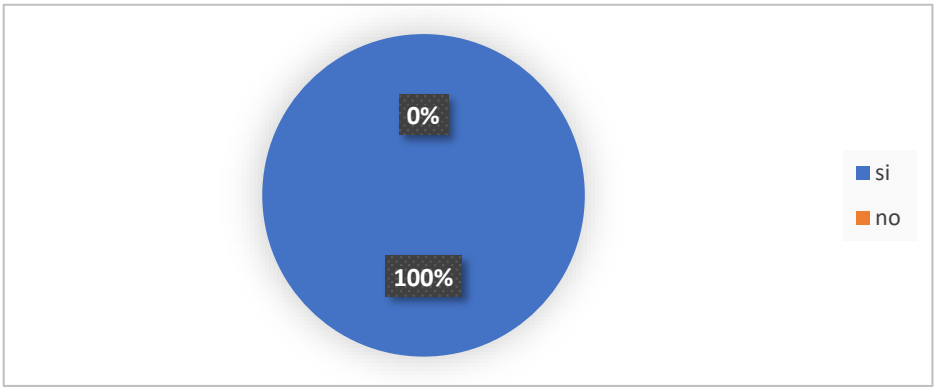
16 ¿Considera que la implementación de un plan estratégico ayudará a la microempresa abarrotes damita a mejorar la gestión empresarial?

Tabla 18 *Propuesta de un plan estratégico*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	**10**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 21 *Propuesta de un plan estratégico*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Los diez empleados encuestados indican que consideran que la implementación de un plan estratégico ayudará a la microempresa a mejorar su gestión empresarial. Este resultado sugiere que todos los encuestados están de acuerdo en que un plan estratégico podría ser beneficioso para la microempresa, ya que podría proporcionar una dirección clara, objetivos definidos y enfoque para sus operaciones a largo plazo. Así también puede ayudar a la microempresa a tomar decisiones informadas, aprovechar oportunidades y enfrentar desafíos de manera más efectiva, lo que podría llevar a una mejora en su gestión empresarial en general.

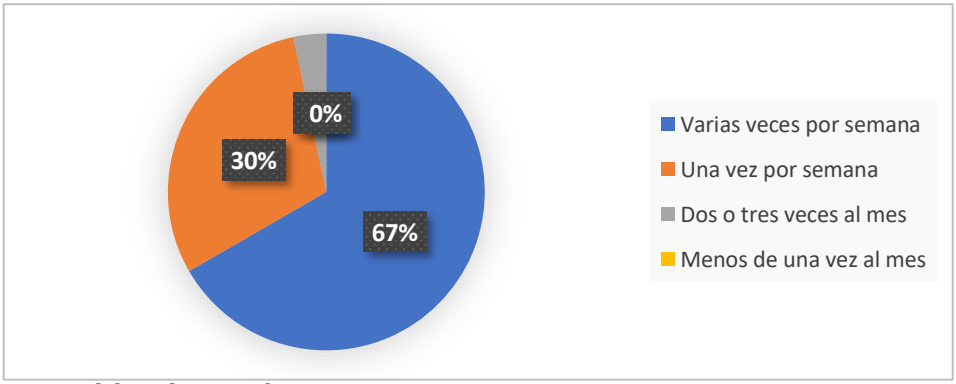
1 ¿Con qué frecuencia visita “ABARROTES DAMITA”?

Tabla 19 *Plan de control*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Varias veces por semana	20	67%
Una vez por semana	9	30%
Dos o tres veces al mes	1	3%
Menos de una vez al mes	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Figura 22 *Plan de control*



***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Análisis e Interpretación

Esta distribución de respuestas sugiere que la mayoría de los encuestados son visitantes frecuentes de "ABARROTES DAMITA", lo que podría indicar que la tienda es una opción popular para sus necesidades de compra en la comunidad, la alta proporción de personas que visitan varias veces por semana sugiere una clientela leal y potencialmente satisfecha con los productos ofrecidos, el hecho de que la mayoría de los encuestados visiten la tienda con frecuencia es un indicador positivo de la reputación y la conveniencia de "ABARROTES DAMITA" en su área.

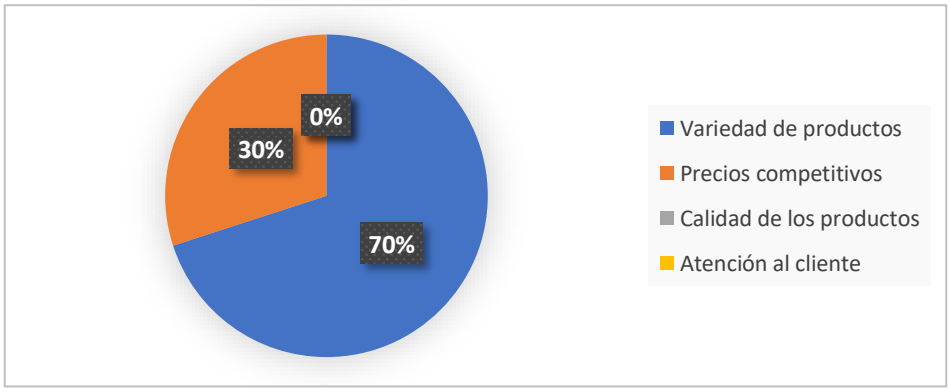
2 ¿La microempresa ABARROTES DAMITA tiene un enfoque a largo plazo?

Tabla 20 ***Aspectos de valor***

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Variedad de productos	21	70%
Precios competitivos	9	30%
Calidad de los productos	0	0%
Atención al cliente	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Figura 23 ***Aspectos de valor***



***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Análisis e Interpretación

Esta distribución de respuestas señala que la mayoría de los clientes valoran la disponibilidad de una amplia variedad de productos en "ABARROTES DAMITA", esto puede indicar que la tienda satisface las necesidades y preferencias de sus clientes al ofrecer una selección diversa de productos. Además, el hecho de que un porcentaje significativo de los encuestados también valoren los precios competitivos sugiere que la relación calidad-precio es un factor relevante en la elección de la microempresa, la falta de respuestas en relación a la calidad de los productos y la atención al cliente podría indicar que estos aspectos no son los principales factores de decisión para los clientes en este contexto.

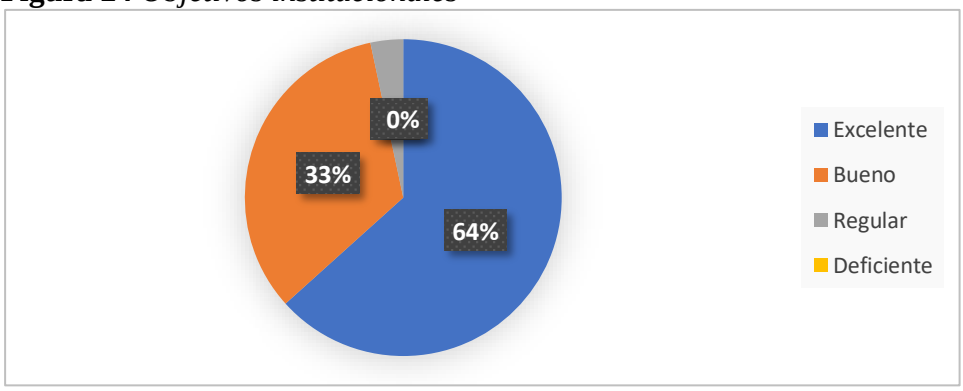
3 ¿Cómo calificaría la amabilidad y disponibilidad del personal de atención al cliente??

Tabla 21 *Objetivos institucionales*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Excelente	19	64%
Bueno	10	33%
Regular	1	3%
Deficiente	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 24 *Objetivos institucionales*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Las respuestas indican que la gran mayoría de los clientes consideran la amabilidad y disponibilidad del personal de atención al cliente como excelente, esta percepción positiva sugiere que el personal de la tienda ha logrado brindar un servicio amable y disponible, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y a una experiencia positiva de compra, el hecho de que solo un pequeño porcentaje de los encuestados haya calificado la atención como "Bueno" o "Regular" podría sugerir que la mayoría de los clientes han tenido interacciones positivas y satisfactorias con el personal de atención al cliente.

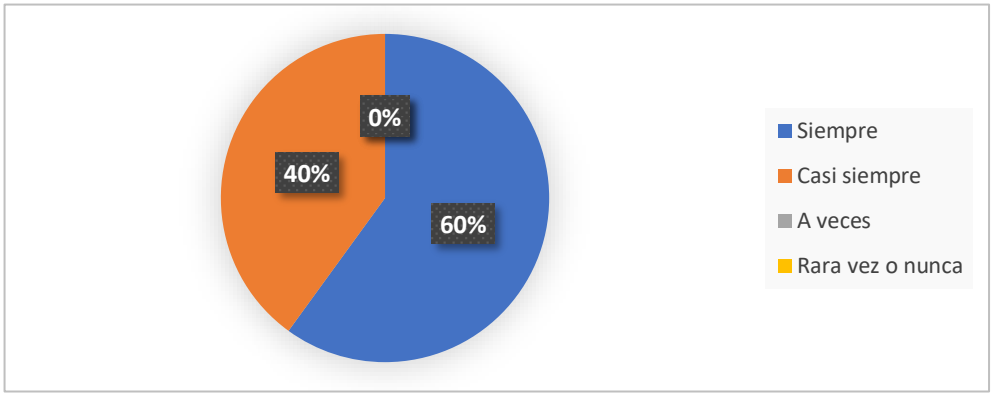
4 ¿Suele encontrar los productos que busca en "ABARROTES DAMITA"?

Tabla 22 *Políticas de control*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Siempre	18	60%
Casi siempre	12	40%
A veces	0	0%
Rara vez o nunca	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 25 Políticas de control



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Existe una diferencia de percepción, donde la mayoría de los clientes afirman siempre encontrar los productos que buscan, mientras que una minoría menciona que casi siempre los encuentra, esta distribución sugiere que la mayoría de los clientes tiene experiencias positivas y consistentes al buscar productos en la tienda, mientras que algunos podrían experimentar situaciones en las que no siempre encuentran lo que buscan, las ausencias de respuestas en las categorías "A veces" y "Rara vez o nunca" indican que en general los clientes no han reportado dificultades frecuentes en la búsqueda de productos en la tienda.

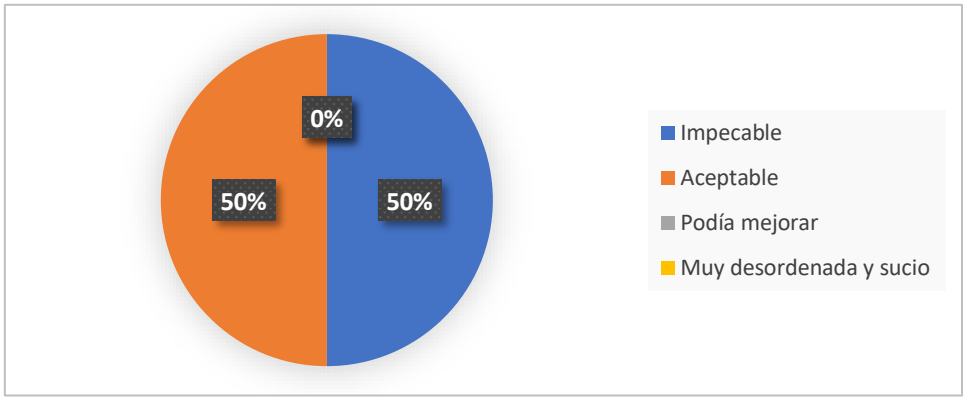
5 ¿Qué opina sobre la limpieza y el orden de la tienda?

Tabla 23 *Seguridad*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Impecable	15	50%
Aceptable	15	50%
Podía mejorar	0	0%
Muy desordenada y sucio	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 26 *Seguridad*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

La calificación dividida podría indicar que algunos clientes están satisfechos con la limpieza y el orden general, mientras que otros podrían tener expectativas ligeramente diferentes, la ausencia de respuestas en las categorías "Podía mejorar" y "Muy desordenada y sucio" sugiere que los clientes no perciben la tienda como gravemente descuidada en términos de limpieza y orden.

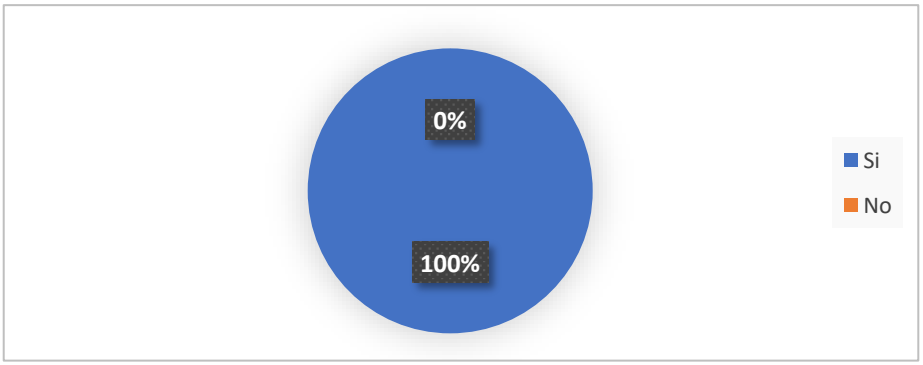
6 ¿Los productos comercializados cumplen con la calidad y variedad que necesita usted como cliente?

Tabla 24 *Calidad y Variedad*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 27 *Calidad y Variedad*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Se refleja una opinión unánime y positiva por parte de los clientes en cuanto a la calidad y variedad de los productos ofrecidos en la tienda. La totalidad de los encuestados considera que la tienda cumple con sus necesidades en términos de calidad y variedad de productos, esta percepción positiva puede ser un indicador de que "ABARROTES DAMITA" ha logrado establecer una oferta de productos que satisface las expectativas y preferencias de sus clientes, lo que contribuye a la satisfacción general y a la retención de la clientela.

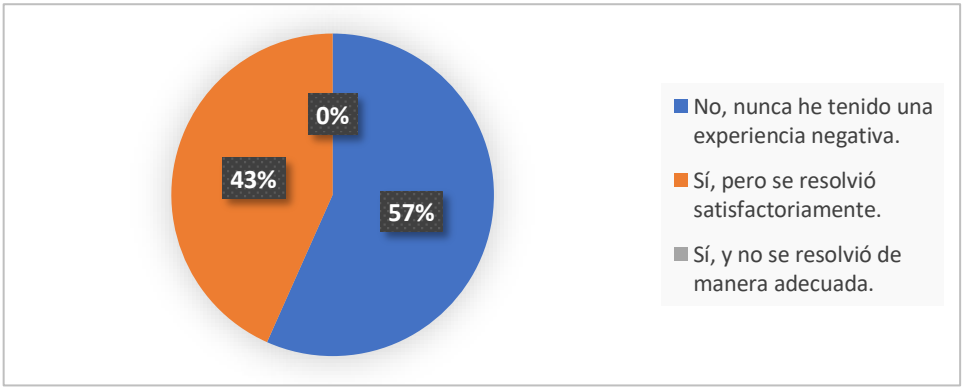
7 ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún producto en "ABARROTES DAITA"? Si es así, ¿cómo se resolvió?

Tabla 25 *Satisfacción de Clientes*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
No, nunca he tenido una experiencia negativa.	17	56,7%
Sí, pero se resolvió satisfactoriamente.	13	43,3%
Sí, y no se resolvió de manera adecuada.	0	0%
No, nunca he tenido una experiencia negativa.	17	56,7%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 28 *Satisfacción de Clientes*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Una parte de los encuestados afirmó que nunca han tenido una experiencia negativa con productos de la tienda, mientras que otra parte mencionó haber tenido una experiencia negativa en algún momento. Sin embargo, es alentador que todos los casos de experiencias negativas se resolvieron de manera satisfactoria, según los propios clientes, no hubo reportes de experiencias negativas sin resolución adecuada, esto sugiere que la tienda ha logrado manejar de manera efectiva y satisfactoria las preocupaciones de los clientes en relación con los productos, en general, estos resultados indican una atención cuidadosa a la satisfacción del cliente y un manejo eficiente de problemas en "ABARROTES DAMITA".

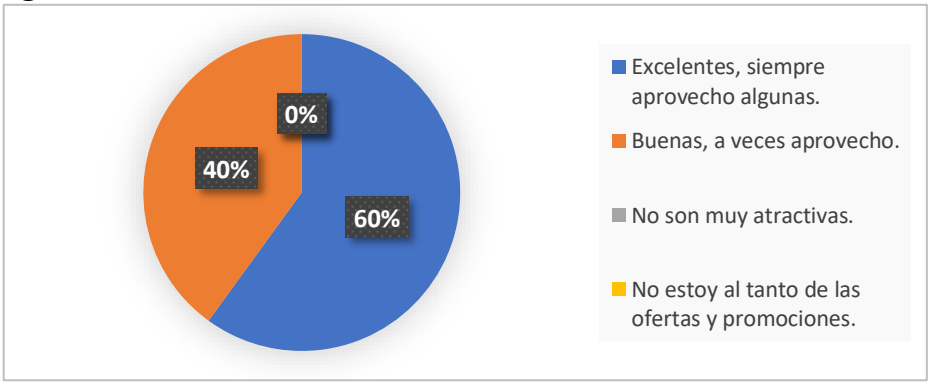
8 ¿Qué opina sobre las ofertas y promociones que ofrece "ABARROTES DAMITA"??

Tabla 26 *Promoción*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Excelentes, siempre aprovecho algunas.	18	60%
Buenas, a veces aprovecho.	12	40%
No son muy atractivas.	0	0%
No estoy al tanto de las ofertas y promociones.	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 29 *Promoción*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

La distribución de respuestas sugiere que la mayoría de los clientes tienen una opinión positiva en relación con las ofertas y promociones ofrecidas por la tienda. La cantidad significativa de encuestados que aprovechan regularmente las ofertas indica que estas son consideradas atractivas y beneficiosas por la clientela. Además, la ausencia de respuestas en las categorías".

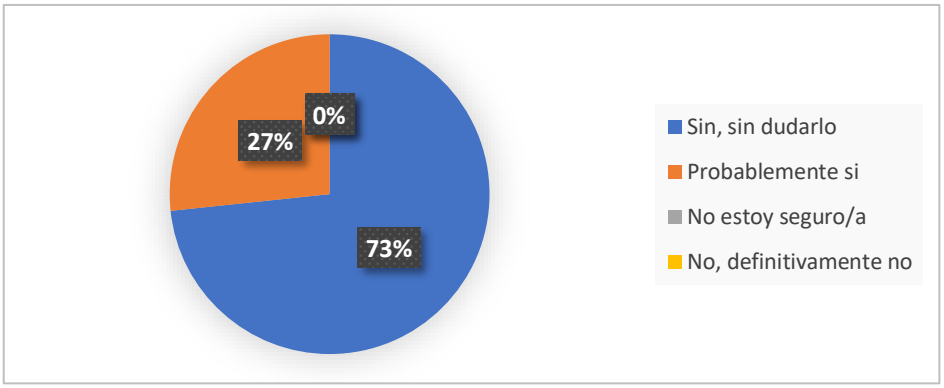
9 ¿Recomendaría a "ABARRTES DAMITA" con amigos y familiares?

Tabla 27 *Recomendación*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si, sin dudarlo	22	73.3%
Probablemente si	8	26.7%
No estoy seguro/a	0	0%
No, definitivamente no	0	0%
Total	**30**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 30 *Recomendación*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Esta distribución de respuestas sugiere que una mayoría considerable de los clientes tiene una opinión positiva sobre la tienda y estarían dispuestos a recomendarla a sus amigos y familiares sin vacilación. El hecho de que un porcentaje adicional mencione que "Probablemente sí" también recomendarían la tienda indica que hay una proporción significativa de clientes que consideran la recomendación. La ausencia de respuestas en las categorías "No estoy seguro/a" y "No, definitivamente no" sugiere que la mayoría de los encuestados tienen una opinión positiva o al menos favorable en relación a la posibilidad de recomendar la tienda.

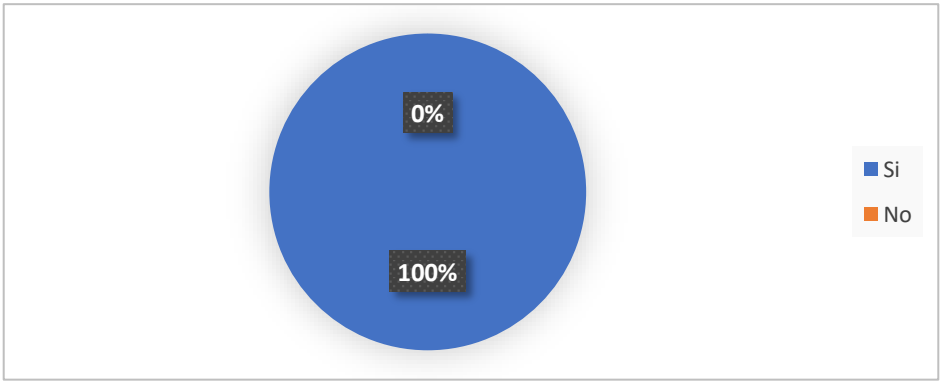
10 ¿Considera que el horario de atención es el correcto?

Tabla 28 *Horario de atención*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	**30**	**100%**

Nota: Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 31 *Horario de atención*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Esta distribución de respuestas indica que todos los encuestados están satisfechos con el horario de atención establecido por la tienda, la totalidad de respuestas afirmativas sugiere que el horario actual se ajusta a las necesidades y preferencias de los clientes, esta percepción positiva en relación al horario de atención es un indicador favorable, ya que sugiere que la tienda ha logrado establecer un horario que es conveniente y adecuado para su clientela, esto puede contribuir a la satisfacción general de los clientes y a su disposición para visitar la tienda en los horarios establecidos.

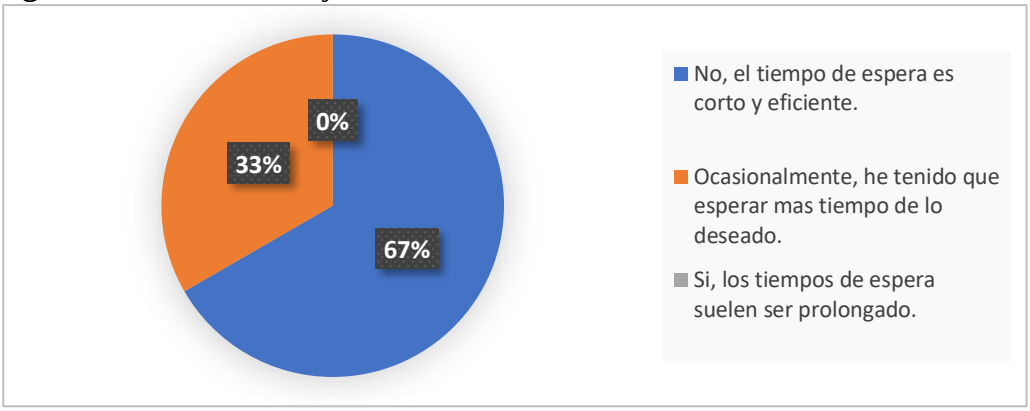
11 ¿Has experimentado demoras en el tiempo de espera en la caja de ABARROTES DAMITA?

Tabla 29 *Atención de caja*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
No, el tiempo de espera es corto y eficiente.	20	66.7%
Ocasionalmente, he tenido que esperar más tiempo de lo deseado.	10	33.3%
Si, los tiempos de espera suelen ser prolongado.	0	0%
No, el tiempo de espera es corto y eficiente.	20	66.7%
Total	**15**	**100%**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Figura 32 *Atención de caja*



***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

Análisis e Interpretación

Basado en la tabla, que aborda las demoras en el tiempo de espera en la caja de "ABARROTES DAMITA", se puede observar que el 66.7% de los encuestados respondió que no ha experimentado demoras significativas en el tiempo de espera y que considera que el proceso es corto y eficiente, por otro lado, el 33.3% indicó que ocasionalmente ha tenido que esperar más tiempo del deseado en la caja, no se registraron respuestas que indiquen que los tiempos de espera suelen ser prolongados.

41.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente discusión de resultados tiene como objetivo analizar los hallazgos obtenidos a partir del análisis de las encuestas y la entrevista realizada a la dueña de la microempresa "ABARROTES DAMITA", se busca identificar áreas de mejora y proponer un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de la gestión empresarial en el período 2023-2027.

Una microempresa, presenta áreas de fortaleza y oportunidades de mejora en su gestión y operación, se observa una carencia unánime de planes de control formal, lo que podría afectar la eficiencia operativa, la falta de enfoque a largo plazo también es evidente, lo que podría limitar la adaptabilidad a los cambios del mercado, la microempresa carece de una estructura organizativa y objetivos institucionales claros, lo que podría impactar su eficiencia y crecimiento, a pesar de la implementación de políticas de control, hay áreas de mejora en la gestión del personal, se destaca la adopción de estrategias de venta y el enfoque en la infraestructura y el horario de atención, sin embargo, la ausencia de estrategias de marketing podría limitar la visibilidad. Mejorar la gestión financiera a través de registros formales es esencial, ABARROTES DAMITA necesita centrarse en planificación estratégica, objetivos institucionales claros, gestión del personal, estrategias de marketing y registros financieros para lograr una gestión más eficiente y competitiva en el mercado cambiante.

En el análisis de la encuesta se revelan patrones y percepciones clave sobre la experiencia de los clientes en "ABARROTES DAMITA", la mayoría de los encuestados son visitantes frecuentes, lo que sugiere una clientela leal y satisfecha, la disponibilidad de una variedad de productos y precios competitivos son aspectos valorados por los clientes, la amabilidad y disponibilidad del personal de atención al cliente son consideradas excelentes, lo que contribuye a una experiencia positiva, la mayoría de los clientes encuentran los productos que buscan y valoran la calidad y variedad, aunque la limpieza y el orden son percibidos mayormente positivos, algunos pueden tener expectativas diferentes, la tienda ha manejado de manera satisfactoria las experiencias negativas de los clientes, las ofertas y promociones son bien recibidas y comunicadas efectivamente, los clientes tienen una opinión positiva sobre la tienda y estarían dispuestos a recomendarla, el horario de atención

es conveniente para los clientes en general, en cuanto al tiempo de espera en la caja, la mayoría percibe el proceso como corto y eficiente, aunque un porcentaje ocasionalmente experimenta demoras, en conjunto, los resultados sugieren que "ABARROTES DAMITA" ha logrado construir una imagen favorable en la mente de los clientes a través de su oferta de productos, atención al cliente y procesos eficientes.

La entrevista revela que la dueña reconoce la importancia de identificar objetivos a largo plazo y establecer un Plan Estratégico, aunque carece de una misión formal, busca establecerse como una microempresa que brinde productos de calidad y servicio personalizad, el trato empleado-empleador es amistoso, pero se mantienen límites de respeto, sin embargo, la falta de un plan afecta áreas clave como la toma de decisiones basadas en datos y el mantenimiento de los electrodomésticos.

La implementación de un plan estratégico sólido en "ABARROTES DAMITA" tendría una serie de efectos positivos en diversos aspectos clave de la operación y desarrollo de la microempresa, en primer lugar, permitiría a la dueña comunicar de manera efectiva los valores y objetivos fundamentales del negocio tanto al personal como a los clientes, estableciendo una visión compartida y una identidad distintiva en el mercado, además, la fijación de metas específicas y medibles en áreas como ventas, crecimiento de la clientela y posibles expansiones geográficas facilitaría la dirección de la empresa y la medición efectiva del progreso a lo largo del tiempo, el plan estratégico también incluiría un análisis minucioso del mercado, lo que permitiría tomar decisiones informadas basadas en la comprensión profunda de la competencia, las oportunidades y amenazas, así como las tendencias del mercado, las estrategias específicas detalladas en el plan abarcarían desde iniciativas de marketing hasta la mejora de procesos, brindando un enfoque estructurado para abordar desafíos y aprovechar oportunidades, asimismo, permitiría una distribución eficiente de recursos, garantizando que los presupuestos, personal y tiempo se asignen de manera coherente con los objetivos y prioridades estratégicas, la definición de indicadores clave de rendimiento en el plan evaluaría el progreso hacia los objetivos y permitiría ajustes según sea necesario, finalmente, el plan estratégico consideraría la sostenibilidad a largo plazo del negocio, permitiendo una evolución y crecimiento constantes y coherentes con los objetivos iniciales.

4.1.2. Entrevista

1. ¿Ha identificado usted los objetivos a largo plazo para su negocio?

Sí, he estado trabajando arduamente para identificar los objetivos a largo plazo para mi negocio en ABARROTES DAMITA, aunque no cuento con un plan estratégico formal, he estado guiándome principalmente por mi intuición y experiencia empírica en la gestión del negocio, mi enfoque ha sido ofrecer una amplia variedad de productos y mantener un ambiente acogedor para mis clientes, aunque no he documentado un plan detallado, estoy comprometida en asegurarme de que mi negocio crezca y prospere en el futuro, reconozco la importancia de establecer metas claras y estoy considerando buscar asesoramiento para desarrollar un plan estratégico sólido que me ayude a alcanzar mis objetivos a largo plazo de manera más estructurada y eficiente.

2. ¿Cuál es su misión como microempresa?

No tengo una misión formal definida en este momento, pero mi objetivo es establecerme como una microempresa que brinde productos de calidad y servicio personalizado a la comunidad, me esfuerzo por ser un lugar al que los clientes acudan confiados de encontrar una amplia variedad de productos a precios competitivos, y donde la atención al cliente sea amable y cercana, aunque aún no he establecido una misión por escrito, busco constantemente mejorar y adaptarme para satisfacer las necesidades de mis clientes y contribuir positivamente al entorno local, en el futuro, tengo la intención de definir una misión más formal que refleje estos valores y objetivos que he mantenido desde el inicio de mi microempresa.

3. ¿Qué tipo de políticas usted aplica en la microempresa?

Aunque actualmente no tengo políticas formales establecidas en mi microempresa, me guío por un conjunto de reglamentos y principios que comunico a mis empleados, estos reglamentos se centran en valores fundamentales como la puntualidad, la honestidad, la responsabilidad y el respeto. Aunque no están documentados en un conjunto de políticas, considero que estos valores son esenciales para el funcionamiento armonioso de mi negocio y para brindar un excelente servicio a nuestros clientes, a medida que mi microempresa crezca, estoy

considerando formalizar estas políticas y establecer pautas más específicas para asegurarme de que todos en mi equipo compartan y sigan estos valores centrales.

4. ¿Tiene información y análisis suficientes para tomar decisiones efectivas y mejorar sus ventas?

Si bien he estado tomando decisiones basadas en mi experiencia y conocimiento empírico, reconozco que podría beneficiarme de contar con más información y análisis para tomar decisiones aún más efectivas y mejorar nuestras ventas. Aunque he logrado manejar mi negocio y permitir su crecimiento, soy consciente de que un conocimiento más profundo sobre aspectos como la demanda del mercado, las tendencias de ventas y los comportamientos de los clientes sería invaluable para optimizar nuestras operaciones y estrategias de ventas, estoy abierta a aprender y mejorar en esta área, y considero que la inversión en obtener una mejor comprensión de los datos y tendencias relevantes podría tener un impacto positivo en la dirección y el crecimiento de mi negocio.

5. ¿Cuáles son sus principales competidores?

Mis principales competidores en la ubicación de mi microempresa son Abarrotes Yair. A nivel local en Loreto, identifico a tres competidores más fuertes: ABARROTES GNESIS, COMISARIAO MIS GATITOS y ABARROTES PAVITAS. Estos competidores representan desafíos en el mercado, y si bien estoy comprometida en ofrecer productos de calidad y un servicio personalizado, reconozco la importancia de estar al tanto de las estrategias y ofertas de mis competidores para mantenerme competitiva y satisfacer las necesidades de mis clientes de manera efectiva, estoy dispuesta a adaptar mis enfoques y considerar nuevas estrategias para asegurarme de que mi microempresa siga siendo una opción atractiva para los clientes en el contexto de una competencia activa en la zona.

6. ¿Tiene circunstancias internas y externas que están afectando a su negocio?

Sí, reconozco que existen circunstancias tanto internas como externas que están afectando a mi negocio, una de las principales preocupaciones es que hasta ahora he estado operando principalmente de manera empírica y guiándome por intuición en lugar de basar mis decisiones en estadísticas y análisis concretos, esta falta de

datos sólidos y análisis previos puede limitar mi capacidad para tomar decisiones informadas y efectivas en el manejo de mi negocio. Además, influyen factores externos como la competencia y las tendencias cambiantes del mercado, lo que hace que sea crucial para mí mejorar mi enfoque y adoptar prácticas más estructuradas y basadas en datos para abordar estos desafíos, estoy comprometida en aprender y mejorar para garantizar el éxito continuo de mi microempresa en este entorno competitivo y en constante cambio.

7. ¿Cómo es el trato que tiene con los diferentes proveedores con los que usted trabaja?

Mi relación con los diferentes proveedores con los que colaboro se caracteriza por ser constante y basada en la confianza, trabajamos con facturaciones al contado y también establecemos acuerdos de crédito, esta relación se ha desarrollado en gran medida gracias a la fiabilidad que ofrezco en las negociaciones, los proveedores confían en la solidez de nuestras transacciones y en mi compromiso para cumplir con los términos acordados, establecer y mantener estas relaciones sólidas con los proveedores es fundamental para garantizar el suministro constante de productos de calidad y para respaldar la operación efectiva de mi microempresa.

8. ¿Lleva contabilidad en su negocio?

En la actualidad, no llevo una contabilidad formal en mi negocio. Las operaciones se gestionan de manera empírica y se basan en mi conocimiento directo de la microempresa. Aunque esta aproximación ha funcionado hasta ahora, reconozco la importancia de contar con un registro financiero más estructurado y detallado, la falta de una contabilidad formal podría limitar mi capacidad para evaluar de manera precisa la salud financiera del negocio, tomar decisiones informadas y planificar estratégicamente para el futuro, estoy considerando la posibilidad de buscar asesoramiento o recursos para establecer una contabilidad más rigurosa y eficaz que me permita una gestión más efectiva y sostenible de mi negocio.

9. ¿De qué manera se lleva a parte financiera de la microempresa?

La gestión de la parte financiera de la microempresa está a cargo exclusivamente de mí, la dueña del negocio, soy la única responsable de mantener un registro

detallado de las ventas, inversiones y otros aspectos financieros relevantes, manejo esta información para cumplir con las obligaciones de declaración al Servicio de Rentas Internas (SRI) en los periodos correspondientes, a medida que transcurren los períodos, actualizo y renuevo mi conocimiento sobre las cantidades involucradas en las operaciones para asegurarme de realizar declaraciones precisas. Aunque he estado gestionando la parte financiera de esta manera, entiendo la importancia de establecer prácticas más estructuradas y considero la posibilidad de buscar asesoramiento para establecer un sistema contable más formal y eficiente en el futuro.

10. ¿Cómo es el trato empleado empleador?

El trato entre los empleados y yo, como empleadora, se caracteriza por ser amistoso y cordial, manteniendo un ambiente de respeto mutuo en todo momento, aunque fomento un ambiente amigable y cercano, también entiendo la importancia de establecer límites claros que preserven el respeto y la profesionalidad en el lugar de trabajo, es fundamental para mí que mis empleados se sientan valorados y cómodos, lo que puede contribuir a un ambiente laboral positivo y productivo, a pesar de la amistad, siempre estoy consciente de mantener una relación profesional donde se mantengan las jerarquías y se respeten los roles y responsabilidades de cada uno.

11. ¿Considera que cuenta con publicidad suficiente para promocionar su negocio?

Actualmente, reconozco que mi negocio carece de la publicidad necesaria para promocionarse de manera efectiva. Aunque he estado operando de manera exitosa hasta ahora, entiendo que contar con una estrategia de publicidad sólida es esencial para hacer que mi negocio sea más competitivo y atraer a un público más amplio. Reconozco la importancia de darme a conocer a través de diferentes canales y estrategias de marketing para llegar a nuevos clientes y mantener la lealtad de los actuales, estoy considerando seriamente la posibilidad de invertir en publicidad y en el desarrollo de una estrategia de promoción más sólida para aumentar la visibilidad de mi negocio y lograr un crecimiento continuo en un mercado competitivo.

12. ¿Considera adecuado el mantenimiento de los electrodomésticos de su microempresa?

Reconozco que el mantenimiento de los electrodomésticos en mi microempresa no se lleva a cabo de forma regular, lo que ha llevado a una falta de adecuación en este aspecto, la falta de un mantenimiento periódico puede afectar el rendimiento y la durabilidad de los electrodomésticos utilizados en mi negocio, entiendo que es esencial establecer un programa de mantenimiento preventivo para garantizar que los equipos funcionen de manera óptima y eviten posibles averías o problemas que puedan impactar en la operación diaria, estoy considerando implementar un enfoque más estructurado y proactivo para el mantenimiento de los electrodomésticos con el fin de asegurar su funcionamiento eficiente a largo plazo y reducir cualquier interrupción en la operación de mi microempresa.

13. ¿Cómo es el trato que tienen sus empleados con los clientes?

El trato que mis empleados tienen con los clientes se caracteriza por ser en su mayoría positivo y respetuoso, no suelen recibirse quejas por parte de los clientes en relación con la interacción con mis empleados. Sin embargo, es importante señalar que hay uno o dos casos en los que algunos clientes no están completamente satisfechos, estos casos se relacionan principalmente con entregas en áreas más alejadas, como comunidades donde se realizan compras al por mayor, estoy comprometida en abordar estas situaciones y en asegurarme de que todos los clientes reciban un trato cordial y satisfactorio, la satisfacción del cliente es una prioridad para mí y seguiré trabajando en mejorar y fortalecer las interacciones entre mis empleados y los clientes para garantizar una experiencia positiva en general.

14. ¿Cómo se encuentra planificado el horario de trabajo?

El horario de trabajo en mi microempresa se ha establecido de manera flexible para los vendedores y bodegueros. Los vendedores y bodegueros comienzan su jornada a las 7:00 am y finalizan entre las 7:00 pm y 10:00 pm, dependiendo de la actividad del día. Por otro lado, para los choferes, la dinámica de trabajo es diferente, los días miércoles, que implican entregas a comunidades más alejadas, inician su jornada a las 5:00 am y finalizan a las 6:00 pm o 7:00 pm. Los días lunes, se inicia la jornada

a las 8:00 am, ya que se dirigen a buscar productos de la zona como limones, naranjas, limas y toronjas, para luego llevarlos al mercado mayorista de Ambato, el día martes, realizan la compra de legumbres y otros productos para abastecer la venta al por menor en las comunidades el día miércoles, la combinación de horarios flexibles para los vendedores y bodegueros, junto con los horarios específicos de los choferes para cumplir con las actividades de abastecimiento y entregas, permite mantener el funcionamiento fluido y eficiente de la microempresa.

15. ¿De qué manera usted lleva el control de los productos de la microempresa?

El control de los productos en mi microempresa se lleva a cabo mediante varios enfoques, en primer lugar, se realiza un seguimiento de las cantidades de los productos a través de las facturas de compra, esta información se registra y compara con los niveles de inventario para asegurarse de que coincidan. Además, se implementa una revisión constante y detallada de los productos cada semana, el objetivo principal de esta revisión es verificar la presencia de productos caducados o en mal estado que podrían generar problemas futuros, a pesar de no contar con un sistema formal de control de inventarios, este proceso de revisión constante me permite mantener la calidad de los productos y brindar la mejor experiencia posible a mis clientes, a medida que continúo gestionando mi negocio, estoy considerando la posibilidad de implementar un sistema más estructurado para el control de inventarios que me permita una gestión más eficiente y precisa de los productos.

16. ¿De qué manera usted lleva las funciones de cada empleado?

Las funciones de cada empleado se asignan de manera individual en el momento de su ingreso, considerando su nivel de conocimientos y habilidades específicas para el puesto, estas funciones se establecen de acuerdo con las necesidades operativas de la microempresa y las capacidades de cada empleado, a medida que trabajan y adquieren experiencia en sus roles, las funciones pueden evolucionar y ajustarse para aprovechar sus habilidades de manera más efectiva, esta flexibilidad en la asignación de funciones permite adaptarse a las capacidades y preferencias de los empleados, manteniendo un equipo eficiente y comprometido, si bien esta práctica se ha desarrollado de manera exitosa hasta ahora, estoy considerando la posibilidad

de documentar y formalizar las funciones y responsabilidades de cada empleado para brindar una mayor claridad y estructura en la organización.

17. ¿Considera usted que la micro empresa ABARROTES DAMITA cuenta con un buen posicionamiento en el mercado? ¿Por qué?

Sí, considero que la microempresa ABARROTES DAMITA tiene un buen posicionamiento en el mercado, esto se debe a la confianza que he ganado entre los pobladores y clientes locales, así como a ser el único distribuidor completo para las comunidades cercanas, mi disposición para llegar a lugares lejanos y mi capacidad para adaptarme a las particularidades culturales también han contribuido a este éxito, en resumen, mi compromiso con la calidad, la confiabilidad y la atención personalizada ha sido fundamental para establecer un sólido posicionamiento en el mercado.

CAPITULO V

PROPUESTA

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

5.1.1. Antecedentes

La microempresa ABARROTES DAMITA, fundada en 2021 y ubicada en la ciudad de Loreto, Cantón Loreto, Provincia de Orellana, surge con una inversión inicial de $18,000 destinados a adquirir equipos como frigoríficos, congeladores, exhibidores de bebidas y vitrinas, a lo largo de sus tres años en el mercado, la microempresa se ha dedicado a la venta al por menor y mayor de productos esenciales como alimentos, carnes, bebidas envasadas, licores y útiles escolares, según los registros del Servicio de Rentas Internas (SRI), sus ventas aumentaron del año 2021 al 2022 en un 15%, lo que permitió invertir en vehículos para la distribución de productos.

A pesar de su crecimiento, enfrenta desafíos relacionados con la falta de gestión empresarial efectiva, carece de procesos administrativos estructurados, objetivos definidos y una estrategia a largo plazo, la ausencia de una misión, visión y valores sólidos dificulta la dirección basada en resultados, además, la carencia de un registro financiero formal limita la toma de decisiones y el aprovechamiento de recursos.

La necesidad de mejorar la gestión interna y fortalecer la estructura organizacional ha dado origen a la idea de desarrollar un Plan Estratégico, esta iniciativa busca establecer una filosofía organizacional sólida, estrategias claras y metas

empresariales que conduzcan al éxito en un mercado competitivo, la propuesta no solo beneficiará a la propietaria y sus empleados, sino también a los clientes, proveedores y la sociedad en general.

La investigación se sustenta en la disposición y conocimiento de la propietaria, así como en los recursos tecnológicos, económicos y materiales disponibles, el Plan Estratégico permitirá identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del mercado, lo que facilitará la formulación de estrategias para destacar en el mercado y enfrentar la competencia de manera efectiva.

5.1.2. Productos que Comercializa

La microempresa "ABARROTES DAMITA" ofrece una amplia variedad de productos que cubren las necesidades básicas y preferencias de sus clientes. Estos productos incluyen alimentos, bebidas y otros artículos esenciales. Entre los productos que se podrían comercializar en esta tienda se encuentran:

- **Alimentos perecederos:** Carnes frescas, aves de corral, pescados y mariscos, lácteos como leche, queso, yogur, huevos y productos panificados como pan, panecillos y pasteles.
- **Alimentos no perecederos:** Cereales, arroz, pasta, legumbres, enlatados como verduras, frutas y salsas, productos envasados al vacío, como embutidos y conservas.
- **Bebidas:** Bebidas envasadas como agua embotellada, refrescos, jugos, bebidas energéticas, infusiones y té.
- **Licores y bebidas alcohólicas:** Cervezas, vinos, licores destilados y aperitivos.
- **Productos de cuidado personal**: Artículos de higiene personal como jabón, champú, pasta de dientes, papel higiénico, pañuelos desechables y productos de cuidado de la piel.
- **Productos de limpieza:** Detergentes, limpiadores multiusos, suavizantes de telas y productos para el hogar.
- **Artículos de cuidado infantil:** Pañales, toallitas húmedas, fórmula para bebés, alimentos para bebés y otros productos relacionados con el cuidado de los niños.

- **Artículos escolares:** Cuadernos, lápices, bolígrafos, reglas, mochilas y otros útiles escolares.
- **Productos de snacks y golosinas:** Chips, chocolates, caramelos, galletas y otros aperitivos.
- **Productos de cuidado de mascotas:** Alimentos para mascotas, juguetes, correas, collares y otros artículos relacionados con los animales domésticos.
- **Productos de conveniencia:** Pilas, encendedores, cerillas, medicamentos de venta libre, productos básicos de cocina y otros artículos útiles.

En general, una tienda de abarrotes ofrece una amplia gama de productos para satisfacer las necesidades diarias de sus clientes, brindando comodidad y accesibilidad en la obtención de artículos esenciales.

5.1.3. Proveedores

Los proveedores con los que ABARROTES DAMITA más trabaja son, CAVI, NESTLE, COCACOLA, DICAFI, RANCHITO, TONI, CORDIALSA, YURIS, PRONACA, BIG COLA, ORIENTAL, MENECES MARTINES, DISTRIORIENTE, entre otras, así mismo trabaja con distribuidores locales en productos cárnicos como el pollo, la carne de res, cerdo y sus derivados.

5.1.4. Clientes

Los clientes son diversos, ya que ofrece una variedad de productos de primera necesidad, algunos de los clientes podrían incluir:

- **Residentes locales:** Familias, Estudiantes, Personas de paso.
- **Comunidades cercanas:** Debido a que es conocida por su variedad y calidad de productos, personas de comunidades cercanas como Huiruno, Huataraco, Puerto murialdo, entre otras también la visitan.
- **Negocios locales:** Otros pequeños negocios locales son clientes al por mayor, especialmente si necesitan suministros como bebidas, alimentos o productos para su operación.
- **Clientes ocasionales:** Personas que ocasionalmente compran algo rápido optan por la tienda por su conveniencia.

5.1.5. Comercialización

La microempresa emplea una estrategia de comercialización que abarca tanto canales directos como indirectos para llegar a los consumidores finales. A continuación, se detallan algunos puntos clave:

Canales de Comercialización: La empresa utiliza canales directos para llegar al consumidor final, lo que significa que los clientes pueden comprar directamente en la tienda. Esto proporciona un contacto cercano y personal con los clientes, lo que puede ser beneficioso para construir relaciones y mantener la lealtad de los clientes.

Canales Indirectos: Además de la venta directa al consumidor, también utiliza canales indirectos a través de minoristas y mayoristas, esto implica que la empresa vende sus productos a otros negocios (minoristas o mayoristas) que luego los distribuyen al consumidor final, esto amplía el alcance de la microempresa, ya que los productos pueden llegar a una base de clientes más amplia a través de estos intermediarios.

Ubicación Estratégica: La ubicación específica en la dirección vía al Tena S/N y Luis Peña en la ciudad de Loreto, Cantón Loreto, Provincia de Orellana, es un activo clave para la comercialización. Estar ubicado en una zona de tránsito y acceso relativamente fácil puede atraer a una gran cantidad de clientes potenciales, tanto locales como visitantes de paso.

Alcance Geográfico: La distribución de los productos se extiende no solo a la ciudad de Loreto, sino también a áreas cercanas. Esto sugiere una capacidad de llegar a una base de clientes más amplia y aprovechar un mercado más amplio.

Formalidad e Informalidad: El análisis indica que la comercialización se lleva a cabo de manera formal e informal. Esto puede significar que, además de las operaciones en la tienda física, es posible que la empresa utilice métodos informales como el boca a boca o las redes sociales para promocionar sus productos y atraer a nuevos clientes.

5.1.6. Competencia

Las **Principales Competidores:** "ABARROTES DAMITA" identifica varios competidores directos en su área, entre los que destacan ABARROTES YAIR, ABARROTES GNESIS, COMISARIAO MIS GATITOS y ABARROTES PAVITAS. Estos competidores ofrecen productos similares y compiten por la misma base de clientes en la comunidad local.

Oferta de Productos Similares: La competencia directa se da principalmente con ABARROTES YAIR, ya que ofrecen una variedad similar de productos que satisfacen las mismas necesidades de los clientes locales, esto significa que la microempresa se enfrenta a una competencia directa en términos de productos y servicios, lo que destaca la importancia de diferenciarse de manera efectiva y ofrecer un valor único a los clientes.

Comercios Locales: Además de los competidores mencionados, también compiten con los comercios locales que venden productos similares, esto implica que la competencia puede ser intensa en el área local, debe ser consciente de los precios, la calidad y el servicio para destacarse en este mercado competitivo.

Diferenciación: Dado que la competencia directa ofrece productos similares, podría considerar estrategias de diferenciación para destacarse, esto podría incluir la promoción de productos exclusivos, un servicio al cliente excepcional o la oferta de precios competitivos.

Conocimiento de la Competencia: Es importante que la microempresa esté al tanto de las estrategias y ofertas de sus competidores, mantenerse informado sobre lo que hacen los competidores puede ayudar a adaptar las propias estrategias y mantenerse competitivo en el mercado.

5.2.Análisis de la situación actual de la microempresa “ABARROTES DAMITA”.

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que permite evaluar tanto los factores internos como externos que afectan a la microempresa respondiendo así al primer objetivo de

Realizar un diagnóstico situacional de la microempresa ABARROTES DAMITA, haciendo uso de la matriz FODA:

5.2.1. Análisis Interno

El análisis interno de ABARROTES DAMITA destaca una serie de fortalezas y debilidades en áreas clave de su operación. En términos administrativos, la empresa cuenta con claridad en funciones y una estructura organizativa sólida, así como una misión y visión definidas. Sin embargo, carece de un plan estratégico formal y un sistema de gestión adecuado. Financieramente, la empresa muestra un manejo adecuado de la contabilidad y la generación de utilidades, pero enfrenta dificultades debido a la falta de seguimiento preciso de ingresos y costos diarios.

En el ámbito operativo, se destaca un fuerte enfoque en la calidad del servicio y la eficiencia de recursos, aunque se carece de un proceso formal de estándares de calidad. En lo comercial, la proximidad a los mercados y el conocimiento de la competencia son ventajas, pero la falta de un análisis estratégico del mercado podría limitar oportunidades de crecimiento.

En recursos humanos, la microempresa retiene y motiva al personal, pero la ausencia de un plan de desarrollo y capacitación formal limita el crecimiento interno.

Además, existen oportunidades en áreas como tecnología, innovación, responsabilidad social, relaciones con proveedores, comunicación y desarrollo y expansión que pueden reforzar la posición de la empresa en el mercado y abordar debilidades específicas.

Tabla 30 *Análisis Interno*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio.	**D1.** Falta de un plan estratégico.
F2. Mantenimiento de relaciones sólidas con proveedores y clientes.	**D2.** Ausencia de políticas.
F3. Ambiente de trabajo amigable y respetuoso entre la dueña y los empleados.	**D3.** Dependencia de la dueña para la toma de decisiones relacionadas con los recursos humanos.
F4. Flexibilidad en la asignación de funciones y roles de los empleados.	**D4.** Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios.
F5. Control del flujo de efectivo.	**D5.** Carencia de una misión, visión, valores y objetivos de la microempresa.
F6. Adopción de sistemas manuales para el control de inventarios y gestión financiera.	**D6.** Toma de decisiones de forma empírica.
F7. Confianza con proveedores.	**D7.** Ausencia de un sistema contable.
F8. Existencia de liquidez para la adquisición de productos.	**D8.** Dependencia de procesos manuales, lo que puede limitar la escalabilidad y la precisión de la gestión.
F9. Flexibilidad para incorporar tecnología según las necesidades cambiantes.	**D9.** Deficiente delegación de funciones.
F10. Flexibilidad en los horarios de trabajo para empleados.	**D10.** Falta de un sistema de análisis de datos para tomar decisiones informadas.
F11. Revisión constante de la calidad de los productos.	**D11.** Falta de publicidad y promoción efectiva.
F12. Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes.	**D12.** Competencia de otros abarrotes de la zona.
F13. Posibilidad de implementar sistemas de la gestión.	**D13.** Falta de un sistema de retroalimentación para evaluar el desempeño de los empleados.
F14. Declaraciones del SRI al día	

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

5.2.2. Análisis Externo

En el análisis externo, se llevó a cabo una evaluación exhaustiva de las oportunidades y amenazas (O, A) que impactan a ABARROTES DAMITA, tomando en consideración el microambiente y el microambiente que rodean a la microempresa.

Tabla 31 *Análisis Externo*

OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
O1. Incremento de la Demanda	**A1.** Competencia local
O2. Nuevas tendencias alimentarias	**A2.** Regulaciones gubernamentales
O3. Desarrollo económico local	**A3.** Problemas de seguridad
O4. Eventos sociales en la ciudad	**A4.** Inestabilidad económica
O5. Aumento en el turismo comunitario	**A5.** Cambio climático
	A6. Desastres naturales
O6. Nuevos modelos de negocios.	**A7.** Problemas de salud pública.
	A8. Problemas sociales.

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

5.2.3. Análisis FODA

Tabla 32 *FODA*

INTERNO	EXTERNO
FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
F1. Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio. F2. Mantenimiento de relaciones sólidas con proveedores y clientes. F3. Ambiente de trabajo amigable y respetuoso entre la dueña y los empleados. F4. Flexibilidad en la asignación de funciones y roles de los empleados. F5. Control del flujo de efectivo. F6. Adopción de sistemas manuales para el control de inventarios y gestión financiera. F7. Confianza con proveedores. F8. Existencia de liquidez para la adquisición de productos. F9. Flexibilidad para incorporar tecnología según las necesidades cambiantes. F10. Flexibilidad en los horarios de trabajo para empleados. F11. Revisión constante de la calidad de los productos para garantizar. F12. Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes. F13. Posibilidad de implementar sistemas más avanzados en el futuro para mejorar la gestión. F14. Declaraciones del SRI al día	**O1.** Incremento de la Demanda **O2.** Nuevas tendencias alimentarias **O3.** Desarrollo económico local **O4.** Eventos sociales en la ciudad **O5.** Aumento en el turismo local **O6.** Falta de competencia en línea. **O7.** Avances tecnológicos.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D1. Falta de un plan estratégico. D2. Ausencia de políticas. D3. Dependencia de la dueña para la toma de decisiones relacionadas con los recursos humanos. D4. Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios. D5. Carencia de una misión, valores y objetivos de la microempresa. D6. Dependencia de la intuición en la toma de decisiones comerciales, lo que puede limitar el crecimiento.	**A1.** Competencia local **A2.** Regulaciones gubernamentales **A3.** Problemas de seguridad **A4.** Inestabilidad económica **A5.** Cambio climático **A6.** Desastres naturales **A7.** Problemas de salud pública. **A8.** Problemas sociales.

D7. Ausencia de un sistema contable. D8. Dependencia de procesos manuales, lo que puede limitar la escalabilidad y la precisión de la gestión. D9. Deficiente delegación de funciones. D10. Falta de un sistema de análisis de datos para tomar decisiones informadas. D11. Falta de publicidad y promoción efectiva para llegar a un público más amplio. D12. Competencia de otros abarrotes en la zona que pueden ofrecer productos similares. D13. Falta de un sistema de retroalimentación formal para evaluar y mejorar el desempeño de los empleados.	

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

5.2.4. Matriz de Impacto

Basándonos en los factores identificados y evaluados mediante el análisis FODA específico para "ABARROTES DAMITA", procedemos a elaborar la matriz de impacto, que tiene como finalidad asignar un valor ponderado al nivel de impacto de cada factor (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

5.2.5. Matriz de Impacto Interno

Esta Matriz de Impacto Interno analiza los aspectos y tendencias más relevantes que contribuyen al logro de los objetivos de la microempresa, teniendo en cuenta el nivel de influencia que ejercen en la empresa. Para ello, asignaremos una ponderación a las Fortalezas y Debilidades de acuerdo a la siguiente escala:

- Puntuación de 5: Cuando una Fortaleza o Debilidad tiene una alta influencia en el logro de los objetivos de la microempresa.
- Puntuación de 3: Cuando una Fortaleza o Debilidad tiene una influencia moderada en el logro de los objetivos de la microempresa.

- Puntuación de 1: Cuando una Fortaleza o Debilidad tiene una baja influencia en el logro de los objetivos de la microempresa.

Esta matriz de impacto interno será una herramienta valiosa para determinar cuáles son los factores internos más significativos y cómo contribuyen a su éxito. Con esta información, será posible enfocar los esfuerzos en potenciar las fortalezas y mitigar las debilidades para lograr un mejor desempeño en el mercado.

Tabla 33 *Matriz de impacto Interno*

FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS	**Alto 5**	**Medio 3**	**Bajo 1**
F1. Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio.	X		
F2. Mantenimiento de relaciones sólidas con proveedores y clientes.		X	
F3. Ambiente de trabajo amigable y respetuoso entre la dueña y los empleados.	X		
F4. Flexibilidad en la asignación de funciones y roles de los empleados.		X	
F5. Control del flujo de efectivo.	X		
F6. Adopción de sistemas manuales para el control de inventarios y gestión financiera.			
F7. Confianza con proveedores.	X		
F8. Existencia de liquidez para la adquisición de productos.	X		
F9. Flexibilidad para incorporar tecnología según las necesidades cambiantes.		X	
F10. Flexibilidad en los horarios de trabajo para empleados.		X	
F11. Revisión constante de la calidad de los productos para garantizar.			X
F12. Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes.	X		
F13. Posibilidad de implementar sistemas más avanzados en el futuro para mejorar la gestión.		X	
F14. Declaraciones del SRI al día	X		
DEBILIDADES.			
D1. Falta de un plan estratégico.	X		
D2. Ausencia de políticas.	X		
D3. Dependencia de la dueña para la toma de decisiones relacionadas con los recursos humanos.	X		
D4. Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios.	X		
D5. Carencia de una misión, visión, valores y objetivos de la microempresa.	X		
D6. Toma de decisiones de forma empírica.		X	
D7. Ausencia de un sistema contable.	X		
D8. Dependencia de procesos manuales, lo que puede limitar la escalabilidad y la precisión de la gestión.		X	
D9. Deficiente delegación de funciones.		X	
D10. Falta de un sistema de análisis de datos para tomar decisiones informadas.		X	

D11. Falta de publicidad y promoción efectiva para llegar a un público más amplio.		X	
D12. Competencia de otros abarrotes en la zona que pueden ofrecer productos similares.		X	
D13. Falta de un sistema de retroalimentación formal para evaluar y mejorar el desempeño de los empleados.	X		
TOTAL	**12**	**9**	**1**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Como se puede evidenciar en la matriz de impacto interno, las Fortalezas y Debilidades que tiene la microempresa ABARROTES DAMITA son en su mayoría de nivel de impacto alto, según la clasificación en la matriz, se destaca que, de las diez fortalezas identificadas, cinco de ellas se consideran como nivel de impacto medio, esto resalta la presencia de aspectos internos sólidos que proporcionan una base sólida para la empresa en términos de su conexión con la comunidad, variedad de productos, atención al cliente, capacidad de llegar a áreas remotas y buenas relaciones con proveedores. Sin embargo, también se identifican debilidades significativas, con todas excepto una calificando como de alto impacto, estas debilidades abarcan áreas como la falta de un plan estratégico, ausencia de sistemas contables y de control de inventario estructurados, así como una dependencia en la intuición en lugar de datos concretos, estos factores pueden limitar la eficiencia y la toma de decisiones informadas en la gestión de la microempresa.

5.2.6. Matriz de Impacto Externo

La matriz de impacto externo busca analizar la relevancia y la influencia de los factores que contribuyen al logro de los objetivos en el entorno externo, la finalidad es evaluar cómo estos factores afectan o beneficiarán a la microempresa, para este propósito, asignaremos una ponderación a las Oportunidades y Amenazas de acuerdo a la siguiente escala:

- Puntuación de 5: Cuando una Oportunidad o Amenaza tiene una alta influencia en el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.
- Puntuación de 3: Cuando una Oportunidad o Amenaza tiene una influencia moderada en el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.

- Puntuación de 1: Cuando una Oportunidad o Amenaza tiene una baja influencia en el cumplimiento de los objetivos de la microempresa.

Mediante esta matriz de impacto externo, se podrá determinar cuáles son las oportunidades y amenazas más relevantes en el entorno que rodea a ABARROTES DAMITA. Esta información permitirá enfocar las estrategias de manera más efectiva, capitalizando las oportunidades y desarrollando estrategias para mitigar las amenazas, con el objetivo de lograr un posicionamiento sólido y sostenible en el mercado.

Tabla 34 *Matriz de impacto Externo*

FACTORES EXTERNOS.			
OPORTUNIDADES.	**Alto 5**	**Medio 3**	**Bajo 1**
O1. Incremento de la Demanda	X		
O2. Nuevas tendencias alimentarias	X		
O3. Desarrollo económico local	X		
O4. Eventos sociales en la ciudad			
O5. Aumento en el turismo comunitario	X		
O6. Nuevos modelos de negocios.	X		
AMENAZAS.			
A1. Competencia local	X		
A2. Regulaciones gubernamentales		X	
A3. Problemas de seguridad	X		
A4. Inestabilidad económica	X		
A5. Cambio climático	X		
A6. Desastres naturales		X	
A7. Problemas de salud pública.		X	
A8. Problemas sociales.	X		
TOTAL	**13**	**14**	**0**

***Nota*:** Elaborado por **Jubixa Pinza**

La tabla de matriz de impacto externo destaca un nivel de impacto alto en todas las oportunidades identificadas, lo que señala un potencial significativo para beneficiarse directamente de estas condiciones favorables, estas oportunidades, como el crecimiento poblacional y la demanda creciente de productos de conveniencia, el uso de tecnología para mejorar la gestión de inventarios y la posibilidad de establecer convenios con empresas locales, presentan vías claras para el crecimiento y la mejora, por otro lado, las amenazas se perciben mayormente con un nivel de impacto medio, indicando la necesidad de atención, pero también la posibilidad de implementar estrategias de mitigación.

5.2.7. Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas

En el proceso de elaboración de la matriz de correlación entre las debilidades y amenazas, se procederá a asignar ponderaciones con el objetivo de identificar los aspectos más significativos que contribuyen al logro de los objetivos de la microempresa o impulsan su desarrollo. Para efectuar esta ponderación, se emplearán calificaciones predefinidas de la siguiente manera:

- Sí existe una relación directa entre la debilidad y la amenaza, la ponderación será de 5.
- Si no existe relación entre ambas, la ponderación será de 1
- Si la relación entre la debilidad y la amenaza es moderada, la ponderación será de 3.

Este enfoque permitirá evaluar de manera objetiva cómo las debilidades y amenazas interactúan y qué medidas estratégicas deben ser consideradas para abordar estas conexiones y fortalecer la posición de la microempresa

Tabla 35 *Matriz de Correlación Debilidades y Amenazas*

AMENAZAS / **DEBILIDADES**	**A1.** Competencia local	**A3.** Problemas de seguridad	**A4.** Inestabilidad económica	**A5.** Cambio climático	**A8.** Problemas sociales.	**TOTAL**
D1. Falta de un plan estratégico.	1	1	3	1	2	**8**
D2. Ausencia de políticas.	1	3	5	1	3	**13**
D3. Dependencia de la dueña para la toma de decisiones relacionadas con los recursos humanos.	1	1	1	2	3	**8**
D4. Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios.	3	3	4	1	1	**9**
D5. Carencia de una misión, valores y objetivos de la microempresa.	4	2	1	1	5	**13**
D7. Ausencia de un sistema contable.	3	2	5	1	2	**13**
D13. Falta de un sistema de retroalimentación formal para evaluar y mejorar el desempeño de los empleados.	1	1	1	1	3	**7**
TOTAL	**14**	**12**	**20**	**8**	**19**	**∑73**

***Nota*:** Elaborado por Jubixa Pinza

La puntuación total de la ponderación de la matriz es de ∑73, lo que indica que la empresa enfrenta un alto grado de correlación entre sus debilidades y las amenazas externas, esto resalta la importancia de abordar las debilidades internas para mitigar los riesgos externos.

La Matriz de Correlación resalta las áreas críticas en las que ABARROTES DAMITA debe centrarse para mejorar su re silencia ante amenazas externas, la microempresa debe considerar la implementación de un sistema contable, la definición de una misión y valores, y la creación de políticas formales como parte de su estrategia de gestión de riesgos y mejora de la eficiencia operativa.

5.2.8. Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades

Para En el proceso de análisis de la matriz de correlación entre las fortalezas y oportunidades de ABARROTES DAMITA, se procederá a asignar ponderaciones con el propósito de identificar las acciones estratégicas más relevantes que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de la microempresa o fomenten su desarrollo. Para llevar a cabo esta ponderación, se emplearán calificaciones preestablecidas de la siguiente manera:

Sí existe una relación directa entre la fortaleza y la oportunidad, la ponderación será de 5; si no existe relación entre ambas, la ponderación será de 1; y si la relación entre la fortaleza y la oportunidad es moderada, la ponderación será de 3.

Este enfoque permitirá evaluar de manera sistemática cómo las fortalezas y oportunidades interactúan y qué medidas estratégicas deben ser priorizadas para capitalizar estas conexiones y fortalecer la posición competitiva de la microempresa.

Tabla 36 *Matriz de Correlación Fortalezas y Oportunidades*

FORTALEZAS / **OPORTUNIDADES**	**F1.** Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio.	**F3.** Ambiente de trabajo amigable y respetuoso entre la dueña y los empleados.	**F5.** Control del flujo de efectivo.	**F7.** Confianza con proveedores.	**F8.** Existencia de liquidez para la adquisición de productos.	**F9.** Conocimiento profundo del mercado local y las preferencias de los clientes.	**F12.** Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes.	**F14.** Declaraciones del SRI al día	**TOTAL**
O1. Incremento de la Demanda	5	4	3	3	3	5	3	2	**26**
O2. Nuevas tendencias alimentarias	2	1	1	4	3	3	2	2	**18**
O3. Desarrollo económico local	1	1	1	1	1	1	3	1	**10**
O5. Aumento en el turismo comunitario	1	1	1	1	1	1	1	2	**9**
O6. Nuevos modelos de negocios.	1	1	3	3	3	3	1	3	**18**
TOTAL	**10**	**8**	**9**	**12**	**11**	**13**	**10**	**10**	**∑83**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

La puntuación total de la ponderación de la matriz es de ∑83, lo que sugiere que hay una correlación significativa entre las fortalezas internas de la empresa y las oportunidades externas. Esto indica que ABARROTES DAMITA está bien posicionada para capitalizar las oportunidades que se le presentan.

La Matriz de Correlación resalta cómo las fortalezas internas que se pueden aprovechar las oportunidades externas en el mercado, La microempresa puede considerar el desarrollo de estrategias que capitalicen su experiencia en la gestión del negocio, su conocimiento del mercado local y su capacidad de adaptación rápida para explotar las oportunidades de demanda constante, expansión de productos orgánicos y la oferta de servicios bancarios básicos en la tienda. Esto puede fortalecer su posición competitiva y su crecimiento en el mercado.

5.2.9. Matriz Priorizada FODA

La matriz presentada integra los factores críticos tanto internos como externos que ejercen un impacto significativo en el desarrollo de ABARROTES DAMITA, aquí, las fortalezas y oportunidades se han evaluado y jerarquizado según sus ponderaciones más altas, indicando así las áreas donde la compañía puede concentrar sus esfuerzos estratégicos para maximizar su crecimiento y éxito, del mismo modo, las debilidades y amenazas se han considerado en función de sus ponderaciones, señalando las áreas que requieren una atención inmediata y una estrategia de mitigación o prevención, esta matriz proporciona una visión clara de la dirección que debe seguir la microempresa para aprovechar sus ventajas competitivas y abordar los desafíos con eficacia.

Tabla 37 *Matriz Priorizada FODA*

Jerarquía	Variables Fortalezas	Ponderación
1	**F9.** Conocimiento profundo del mercado local y las preferencias de los clientes.	**13**
2	**F7.** Confianza con proveedores.	**12**
3	**F8.** Existencia de liquidez para la adquisición de productos.	**11**
4	**F1.** Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio.	**10**
5	**F12.** Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes.	**10**

6	**F14.** Declaraciones del SRI al día	**10**
	Oportunidades	
1	**O1.** Incremento de la Demanda	**26**
2	**O2.** Nuevas tendencias alimentarias	**18**
3	**O6.** Nuevos modelos de negocios.	**18**
4	**O3.** Desarrollo económico local	**10**
	Debilidades	
1	**D2.** Ausencia de políticas.	**13**
2	**D5.** Carencia de una misión, valores y objetivos de la microempresa.	**13**
3	**D7.** Ausencia de un sistema contable.	**13**
4	**D4.** Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios.	**9**
	Amenazas	
1	**A4.** Inestabilidad económica	**20**
2	**A8.** Problemas sociales.	**19**
3	**A1.** Competencia local	**14**
4	**A3.** Problemas de seguridad	**12**

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

La matriz FODA priorizada revela importantes hallazgos estratégicos para la organización:

La organización se destaca por su profundo conocimiento del mercado local, la sólida conexión con la comunidad y la atención al cliente, también ofrece flexibilidad en horarios de trabajo y mantiene relaciones favorables con proveedores locales.

Las oportunidades más relevantes incluyen la implementación de servicios de entrega a domicilio y la participación activa en eventos comunitarios, el crecimiento poblacional en la zona presenta una oportunidad significativa.

La falta de políticas formales y sistemas contables estructurados son debilidades críticas que requieren atención inmediata, la falta de publicidad y la ausencia de un sistema de control de inventario también son preocupaciones importantes.

Las amenazas principales son los cambios en la regulación gubernamental y las cambiantes preferencias de los consumidores. Además, el riesgo de interrupciones en la cadena de suministro y posibles obstáculos financieros deben ser gestionados con precaución.

5.2.10. FODA Cruzado

La matriz FODA cruzada es una herramienta estratégica que combina factores internos (fortalezas y debilidades) con factores externos (oportunidades y amenazas) para identificar estrategias específicas. Se utiliza para aprovechar las fortalezas internas y las oportunidades externas, superar las debilidades internas aprovechando oportunidades, utilizar fortalezas para mitigar amenazas y abordar debilidades internas mientras se mitigan amenazas externas. Esto guiará a la empresa en la toma de decisiones estratégicas que impulsarán su crecimiento y desarrollo a largo plazo.

2.3.1 ESTRATEGIAS DEL FODA CRUZADO

Tabla 38 *Estrategias del FODA Cruzado*

	Fortalezas	**Debilidades**
	F1. Experiencia y conocimiento en la gestión del negocio. **F2.** Mantenimiento de relaciones sólidas con proveedores y clientes. **F3.** Ambiente de trabajo amigable y respetuoso entre la dueña y los empleados. **F4.** Flexibilidad en la asignación de funciones y roles de los empleados. **F5.** Control del flujo de efectivo. **F6.** Adopción de sistemas manuales para el control de inventarios y gestión financiera. **F7**. Confianza con proveedores. **F8.** Existencia de liquidez para la adquisición de productos. **F9.** Flexibilidad para incorporar tecnología según las necesidades cambiantes. **F10.** Flexibilidad en los horarios de trabajo para empleados. **F11.** Revisión constante de la calidad de los productos para garantizar. **F12.** Capacidad de adaptación rápida a las necesidades cambiantes de los clientes. **F13.** Posibilidad de implementar sistemas más avanzados en el futuro para mejorar la gestión.	**D1.** Falta de un plan estratégico. **D2.** Ausencia de políticas. **D3.** Dependencia de la dueña para la toma de decisiones relacionadas con los recursos humanos. **D4.** Falta de un sistema estructurado para el control de inventarios. **D5.** Carencia de una misión, valores y objetivos de la microempresa. **D6.** Dependencia de la intuición en la toma de decisiones comerciales, lo que puede limitar el crecimiento. **D7.** Ausencia de un sistema contable. **D8.** Dependencia de procesos manuales, lo que puede limitar la escalabilidad y la precisión de la gestión. **D9.** Deficiente delegación de funciones. **D10.** Falta de un sistema de análisis de datos para tomar decisiones informadas. **D11.** Falta de publicidad y promoción efectiva para llegar a un público más amplio. **D12.** Competencia de otros abarrotes en la zona que pueden ofrecer productos similares.

	F14. Declaraciones del SRI al día	**D13.** Falta de un sistema de retroalimentación formal para evaluar y mejorar el desempeño de los empleados.
Oportunidades	**Estrategias de Crecimiento**	**Estrategias de Adaptación**
O1. Incremento de la Demanda **O2.** Nuevas tendencias alimentarias **O3.** Desarrollo económico local **O4.** Eventos sociales en la ciudad **O5.** Aumento en el turismo local **O6.** Falta de competencia en línea. **O7.** Avances tecnológicos.	(**F1) (O2):** Aprovechar la Experiencia y Conocimiento para la Implementación de Nuevas Tendencias Alimentarias que surgen según los estilos del mercado y demanda de los clientes. **(F2) (O1):** Negociar acuerdos con proveedores para asegurar un suministro constante, mientras se promocionan activamente los productos para aprovechar el aumento de la demanda. **(F3) (O4):** Promover el Ambiente de Trabajo Amigable en Eventos Sociales de la Ciudad para atraer nuevos clientes y fortalecer las relaciones existentes. **(F4) (O3):** Flexibilidad en Asignación de Funciones para colaborar con iniciativas locales de desarrollo económico, ofreciendo oportunidades de empleo y contribuyendo al crecimiento económico de la comunidad. **(F5) (O7):** Invertir en tecnologías que optimicen la gestión financiera y el control del flujo de efectivo para mejorar la eficiencia operativa.	**(D1) (O1):** Desarrollar un plan estratégico que incluya un análisis de la capacidad de distribución, así como la contratación de personal temporal durante períodos de alta demanda. **(D2) (O2):** Capacitar al personal y ajustar el inventario según las demandas del mercado por las tendencias alimentarias. **(D3) (O3):** Implementar programas de delegación responsabilidades específicas para permitir la expansión del negocio, contribuyendo al desarrollo económico local. **(D4) (O4):** Implementar un sistema de gestión de inventarios para garantizar un suministro adecuado durante eventos sociales, optimizando así las oportunidades de ventas. **(D5) (O5):** Desarrollar una declaración de misión, visión, valores y objetivos para alinear el negocio con las expectativas de los clientes, mejorando la imagen de la empresa. **(D6) (O6):** Adoptar herramientas analíticas en línea para respaldar las decisiones

	(F9) (O5): Utilizar tecnologías para mejorar la visibilidad del negocio, especialmente para atraer a nuevos clientes, y ajustar la oferta según las demandas cambiantes. **(F11) (O6):** Fortalecer la presencia en línea, destacando la calidad constante de los productos para aprovechar la falta de competencia en este ámbito. **(F13) (O1):** Implementar Sistemas Más Avanzados en el Futuro para Mejorar la Gestión en Caso de Incremento de la Demanda, especialmente en áreas críticas como gestión de inventarios y atención al cliente. **(F14) (O3):** Mantener Declaraciones del SRI al Día, cumplir con las obligaciones fiscales y utilizar la buena reputación financiera para participar en proyectos de desarrollo local que generen visibilidad y apoyo comunitario.	comerciales, aprovechando la falta de competencia en línea para fortalecer la presencia digital. **(D7) (O7):** Implementar un sistema contable moderno para aprovechar los avances tecnológicos, mejorando la eficiencia y precisión en la gestión financiera. **(D8) (O6):** Automatizar procesos clave, especialmente en la gestión de pedidos en línea, para mejorar la escalabilidad y competir eficazmente en el mercado. **(D9) (O3):** Establecer un sistema claro de delegación de funciones, permitiendo a los empleados asumir responsabilidades específicas para contribuir al desarrollo económico local. **(D10) (O7):** Implementar herramientas de análisis de datos para tomar decisiones informadas, aprovechando los avances tecnológicos para mejorar la eficiencia operativa. **(D11) (O6):** Invertir en estrategias de marketing y llegar a un público más amplio, complementando las tácticas tradicionales. **(D12) (O2):** Diferenciar el negocio mediante la oferta de productos que se alineen con nuevas tendencias alimentarias, destacando

		la calidad y variedad frente a la competencia local. **(D13) (O5):** Implementar un sistema formal de retroalimentación para evaluar y mejorar el desempeño de los empleados, asegurando un servicio de alta calidad para atraer a los clientes.
Amenazas	**Estrategias de Defensa**	**Estrategias de Supervivencia**
A1. Competencia local **A2.** Regulaciones gubernamentales **A3.** Problemas de seguridad **A4.** Inestabilidad económica **A5.** Cambio climático **A6.** Desastres naturales **A7.** Problemas de salud pública. **A8.** Problemas sociales.	**(A1) (F2):** Fortalecer las relaciones con proveedores para obtener productos exclusivos y de alta calidad, destacando estas ventajas frente a la competencia local. **(A2) (F1):** Utilizar la experiencia para comprender y adaptarse a las regulaciones gubernamentales, asegurando el cumplimiento continuo y destacando la solidez de la gestión del negocio. **(A3) (F3):** Reforzar las medidas de seguridad en el lugar de trabajo y utilizar el ambiente amigable como un elemento que contribuye a la seguridad de clientes y empleados. **(A4) (F5):** Mantener un control riguroso del flujo de efectivo para hacer frente a la inestabilidad económica, asegurando la estabilidad financiera durante períodos desafiantes.	**(D1) (A4):** Desarrollar un plan de contingencia financiera que permita a la microempresa enfrentar periodos de inestabilidad económica. **(D2) (A2):** Mantenerse informado sobre cambios normativos y ajustar las políticas internas en consecuencia. **(D3) (A8):** Capacitar a empleados clave para asumir responsabilidades de toma de decisiones en recursos humanos. **(D4) (A1):** Monitorear de cerca las estrategias de la competencia local y ajustar el inventario en consecuencia. **(D5) (A8):** Desarrollar una declaración de misión, valores y objetivos que aborden problemas sociales y fortalezcan la posición de la microempresa en la comunidad. **(D6) (A1):** Incorporar análisis de mercado y datos en la toma de decisiones comerciales. Realizar estudios de la competencia local

	(A5) (F11): Asegurar que la revisión constante de la calidad incluya consideraciones ambientales, adaptando productos y procesos para abordar problemas relacionados con el cambio climático. **(A6) (F12):** Desarrollar planes de contingencia que aprovechen la capacidad de adaptación rápida, permitiendo respuestas efectivas ante desastres naturales y cambios repentinos en el entorno empresarial. **(A7) (F10):** Utilizar la flexibilidad en los horarios de trabajo para adaptarse a cambios en la salud pública, garantizando la seguridad de los empleados y la continuidad del negocio. **(A8) (F3):** Abordar problemas sociales promoviendo un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, construyendo relaciones positivas con la comunidad y mitigando posibles conflictos.	para tomar decisiones informadas y estratégicas. **(D7) (A4):** Implementar un sistema contable para tener una visión clara de la situación financiera, y así tomar decisiones acertadas en tiempos de inestabilidad económica. **(D8) (A3):** Automatizar procesos clave para mejorar la seguridad y eficiencia operativa. **(D9) (A1):** Implementar programas de capacitación y establecer claras políticas de delegación para desarrollar la capacidad de los empleados y mejorar la eficiencia operativa. **(D10) (A1):** Implementar un sistema de análisis de datos para mejorar la toma de decisiones y mantenerse competitivo frente a la competencia local que podría utilizar análisis de datos. **(D12) (A5):** Aprovechar el cambio climático como una oportunidad para ofrecer productos adaptados a nuevas demandas del mercado. **(D13) (A7):** Implementar un sistema de medidas específicas para abordar problemas de salud pública en el lugar de trabajo

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

La Matriz FODA Cruzada es una herramienta de análisis estratégico que se utiliza para evaluar la interacción entre las fortalezas (F), debilidades (D), oportunidades (O) y amenazas (A), su objetivo principal es identificar cómo las fortalezas pueden aprovechar las oportunidades y defenderse de las amenazas, así como cómo las debilidades pueden adaptarse a las oportunidades y mitigar las amenazas, la matriz proporciona una visión integral de la estrategia de la organización al alinear sus recursos internos con el entorno externo.

Esta matriz podría ayudar a la microempresa a desarrollar estrategias para aprovechar su conocimiento profundo del mercado local y la demanda constante, mientras aborda debilidades como la falta de un sistema contable o la dependencia de la dueña en la toma de decisiones, las estrategias resultantes pueden mejorar la competitividad y el desempeño de la empresa en su entorno empresarial.

5.3.Matriz PESTEL.

La Matriz PESTEL, al ser aplicada en la propuesta de un Plan Estratégico para ABARROTES DAMITA, desempeñaría un papel fundamental al proporcionar un análisis exhaustivo de factores externos que pueden impactar tanto en la gestión interna de la microempresa como en su posición en el mercado, respondiendo al segundo objetivo, a través de la evaluación de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, se obtiene una visión completa del entorno empresarial en el que opera, esto permite anticipar cambios regulatorios, ajustar su estrategia financiera, adaptar su oferta de productos a las preferencias de los clientes, aprovechar tecnologías emergentes, abordar preocupaciones ambientales y mantenerse en cumplimiento con las leyes relevantes, en recapitulación, la Matriz PESTEL es una herramienta esencial para la planificación estratégica que capacitará a la microempresa para tomar decisiones informadas y eficaces que fomenten su competitividad y adaptabilidad en un mercado en constante cambio.

Tabla 39 *Matriz PESTEL*

	Factor	Detalle	Plazo	Impacto	Probabilidad	Oportunidad/ Amenaza
POLÍTICO	Cambios en regulaciones gubernamentales	Posible impacto en licencias y costos relacionados con la operación.	Mediano Plazo	Negativo	Moderada	Amenaza
	Resultados de elecciones locales y regionales	Relevante si afectan la gestión o generan cambios en impuestos.	Corto Plazo	Positivo	Alta	Oportunidad
	Tratados comerciales	Oportunidad para la importación/exportación de productos.	Largo Plazo	Positivo	Moderada	Oportunidad
ECONÓMICO	Devaluación de la moneda local	Aumento de costos de adquisición de productos importados.	Corto Plazo	Negativo	Alta	Amenaza
	Tasa de interés	Puede afectar las tasas de préstamos y la inversión en el negocio.	Corto Plazo	Positivo	Moderada	Oportunidad
	Exportaciones	Potencial aumento de ingresos por exportación de productos locales.	Mediano Plazo	Negativo	Alta	Amenaza
SOCIAL	Conciencia de salud y bienestar	Aumento en la demanda de alimentos saludables y productos básicos.	Largo Plazo	Negativo	Moderada	Amenaza

TECNOLÓGI	Ciber seguridad	Riesgo de pérdida de datos y amenazas a la seguridad de la tienda.	Largo Plazo	Positivo	Moderada	Oportunidad
AMBIENTAL	Huella de carbono	Ventaja competitiva si se adoptan prácticas eco amigable.	Largo Plazo	Positivo	Alta	Oportunidad
	Gestión de residuos	Costos y responsabilidad ambiental en el manejo de desechos.	Mediano Plazo	Negativo	Moderada	Amenaza
LEGAL	Regulaciones locales	Cumplimiento con leyes locales, como normativas de ventas de licores.	Largo Plazo	Positivo	Alta	Oportunidad

Elaborado por: Jubixa Pinza
Nota: Investigación de Campo

Aquí te presento algunas estrategias que se podría considerar para abordar las oportunidades y amenazas identificadas en el análisis PESTEL:

Tabla 40 *Estrategias de la matriz PESTEL*

Estrategia:	**Acción:**
Mantenerse actualizado con las regulaciones cambiantes y ajustar las operaciones y licencias según sea necesario.	Establecer un equipo dedicado al cumplimiento normativo y a la actualización constante de las regulaciones.
Involucrarse en la comunidad y colaborar con las nuevas administraciones para aprovechar los beneficios fiscales y la promoción del comercio local.	Participar activamente en grupos comerciales locales y mantener un diálogo constante con las autoridades electas.
Explorar oportunidades de importación y exportación de productos específicos que puedan beneficiarse de estos tratados.	Identificar productos populares en mercados extranjeros y adaptar el inventario en consecuencia.

Aprovechar las tasas de interés bajas para invertir en mejoras en la tienda y la cadena de suministro.	Buscar oportunidades de financiamiento a bajo costo para proyectos de expansión y eficiencia operativa.
Diversificar fuentes de suministro y buscar proveedores locales o regionales para reducir la dependencia de productos importados.	Realizar análisis de costos y evaluar proveedores alternativos para mitigar el impacto de la devaluación.
Diversificar los mercados de exportación y mantener relaciones sólidas con socios comerciales.	Identificar mercados alternativos para productos de exportación y desarrollar planes de contingencia.
Adaptar el inventario para incluir más productos saludables y ofrecer promociones relacionadas con la salud.	Realizar estudios de mercado para comprender las preferencias de los clientes en cuanto a productos saludables.
Implementar prácticas de reducción y reciclaje de residuos para minimizar los costos y mejorar la sostenibilidad.	Colaborar con empresas de gestión de residuos locales y buscar oportunidades para reciclar materiales.

Elaborado por: Jubixa Pinza
Nota: Investigación de Campo

Estas estrategias están diseñadas para ayudar a capitalizar las oportunidades y mitigar las amenazas identificadas en el análisis PESTEL, permitiendo una planificación estratégica efectiva tanto a nivel organizacional como de mercado.

5.4.Estrategias de las Cinco fuerzas de Porter

Las Cinco fuerzas de Porter son un marco analítico que ayuda a comprender la competencia en una industria o mercado específico, en el contexto de la propuesta para ABARROTES DAMITA, estas fuerzas pueden ser muy útiles para evaluar la dinámica competitiva y desarrollar estrategias efectivas. A continuación, se explica cómo servirían las 5 fuerzas de Porter en esta propuesta:

Tabla 41 *Estrategias de las 5 fuerzas de Porter*

Fuerzas.	**Estrategia sugerida.**	**Beneficios.**	**Serviría para.**
Rivalidad entre competidores existentes.	Realizar un análisis de competidores directos e indirectos para comprender su fuerza y debilidades.	Ayudaría a identificar la intensidad competitiva y si existe la necesidad de ajustar precios,	Evaluar el nivel de competencia en el mercado de abarrotes en la ubicación específica de

		diversificar los productos para mantener o mejorar la posición en el mercado.	ABARROTES DAMITA.
Poder de negociación de los proveedores.	Diversificar fuentes de suministro y negociar acuerdos beneficiosos con proveedores clave.	Permite anticipar aumentos de precios, escasez de productos o dependencia excesiva de un proveedor en particular.	Evaluar cuán dependiente es ABARROTES DAMITA de sus proveedores y cómo esto podría afectar los costos y la disponibilidad de productos.
Poder de negociación de los clientes	Recopilar comentarios, gustos, preferencia de los clientes y ajustar estrategias para satisfacer sus necesidades.	Ayuda a determinar estrategias de fijación de precios, programas de lealtad o mejoras en el servicio al cliente.	Evaluar cómo los clientes influyen en las decisiones de compra y su capacidad para presionar sobre precios y servicios.
Amenaza de productos o servicios sustitutos	Realizar investigaciones de mercado para identificar productos o servicios emergentes y considerar su inclusión en el inventario.	Permite anticipar cambios en las preferencias del cliente y ajustar la oferta de productos en consecuencia.	Evaluar si existen productos o servicios alternativos que puedan satisfacer las mismas necesidades de los clientes, teniendo en cuenta el precio.
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Fortalecer las relaciones con proveedores, construir una sólida base de clientes y considerar expansiones geográficas para dificultar la entrada de nuevos competidores.	Ayuda a determinar si se necesita una estrategia de barreras de entrada o si se pueden aprovechar oportunidades de mercado.	Evaluar cuán fácil o difícil es para nuevos competidores ingresar al mercado de abarrotes en la región de ABARROTES DAMITA.

Elaborado por: Jubixa Pinza
Nota: Investigación de Campo

5.5.Propuesta del Plan Estratégico

5.5.1. Misión

La Misión es la Considerando los datos previos, los pasos y elementos que se han tenido en cuenta para la formulación de la Misión y la Visión incluyen la definición de la razón fundamental de la existencia de la compañía y su propósito en un entorno específico, la Misión establece las funciones esenciales que la organización lleva a cabo dentro de ese contexto.

La declaración de misión de una organización es fundamental para definir su propósito central y su razón de ser, al crear una declaración de misión efectiva, es importante considerar varios elementos claves que ayudarán a transmitir de manera clara y concisa la identidad y el propósito de la organización. Estos elementos incluyen:

- **Propósito Fundamental:** La misión de ABARROTES DAMITA es proporcionar productos de primera necesidad, alimentos, carnes, bebidas, licores y útiles escolares, tanto al por menor como al por mayor, satisfaciendo las necesidades esenciales de la comunidad en la ciudad de Loreto y sus alrededores.
- **Valores y Creencias:** Se guía por valores de honestidad, calidad en el servicio, compromiso con la satisfacción del cliente y responsabilidad empresarial. Cree en la importancia de brindar productos de calidad y mantener una relación de confianza con sus clientes.
- **Público Objetivo:** El público objetivo incluye a la comunidad local de Loreto, así como a clientes de áreas circundantes que buscan productos esenciales y de conveniencia.
- **Productos o Servicios:** Ofrece una amplia gama de productos, desde alimentos y bebidas hasta licores y útiles escolares, lo que permite satisfacer diversas necesidades de sus clientes.
- **Diferenciación:** Lo que distingue es su enfoque en brindar un servicio personalizado, una variedad de productos de calidad y su compromiso con la comunidad local.

- **Alcance Geográfico:** Opera en la ciudad de Loreto y sus alrededores, sirviendo a la población local y a las áreas cercanas.
- **Beneficios e Impacto**: Busca proporcionar acceso conveniente a productos esenciales y contribuir a la calidad de vida de la comunidad al ofrecer opciones de compra cercanas y asequibles.
- **Planes a Largo Plazo:** A largo plazo, aspira a seguir creciendo y expandiendo su presencia en la región de Loreto, brindando un servicio confiable y convirtiéndose en un punto de referencia para la comunidad.
- **Concisión y Claridad:** La declaración de misión es concisa y clara, enfocándose en su compromiso con la comunidad local y la satisfacción del cliente.
- **Inspiración y Motivación:** La misión busca inspirar a su equipo a brindar un servicio excepcional y ser un recurso confiable para la comunidad.
- **Alineación con la Estrategia:** La misión está alineada con su estrategia de proporcionar productos esenciales de calidad a la comunidad local.

Revisión periódica: Reconoce la importancia de revisar periódicamente su declaración de misión para adaptarse a las necesidades cambiantes de la comunidad y del mercado.

5.5.2. Visión

Teniendo en cuenta la información presentada anteriormente sobre ABARROTES DAMITA, la visión se concibe como una declaración que proyecta la dirección futura de la microempresa a largo plazo y describe lo que se aspira alcanzar. El propósito principal de definir la visión es proporcionar una guía para todos los involucrados en el negocio, alineando sus esfuerzos hacia un objetivo común. Esto implica la formulación eficiente de objetivos y estrategias que faciliten la toma de decisiones efectivas. Además, la visión actúa como un motor de impulso y motivación para la dueña y el personal, fomentando su compromiso en la consecución de las metas y objetivos establecidos.

La visión de una organización es una declaración que describe un futuro deseado o un estado ideal al que aspira alcanzar a largo plazo, para formular una visión

efectiva, es importante considerar varios elementos claves que ayudarán a definirla de manera clara y convincente. Estos elementos incluyen:

- **Imaginación y Ambición:** La visión es ambiciosa al aspirar a ser el punto de referencia y líder en la provisión de productos esenciales y servicios para la comunidad de Loreto y sus alrededores. Esto refleja una aspiración transformadora al convertirse en un recurso fundamental para la vida de la comunidad.
- **Futuro Deseado:** La visión describe un futuro en el que la organización sea reconocida por su calidad y servicio excepcionales, contribuyendo a una comunidad satisfecha y bien abastecida.
- **Valores y Principios:** Está alineada con sus valores fundamentales de honestidad, calidad y responsabilidad empresarial. Refleja la ética y creencias que guían las acciones de la organización.
- **Innovación:** No menciona explícitamente la innovación, pero su compromiso con brindar productos de calidad sugiere una orientación hacia la mejora continua.
- **Relevancia:** La visión es relevante para la misión al destacar su compromiso con la satisfacción del cliente y su papel como recurso esencial para la comunidad.
- **Inspiración:** Busca inspirar a su equipo y a la comunidad al transmitir su compromiso con la excelencia y la importancia de su papel en la vida de las personas.
- **Plazo a Largo Plazo**: Se refiere a un período a largo plazo, ya que aspira a convertirse en un punto de referencia y líder en su área.
- **Claridad y Concisión:** Se expresa de manera clara y concisa, enfocándose en su compromiso con la comunidad local y la satisfacción del cliente.
- **Medición del Éxito:** Se mediría por su capacidad para convertirse en un recurso confiable y esencial para la comunidad, así como por su reconocimiento por brindar productos y servicios de calidad.

- **Participación y Compromiso:** Involucrar a su equipo y comunidad en la realización de la visión podría aumentar el compromiso y la responsabilidad de todos hacia la misión compartida.
- **Comunicación Continua:** Es importante comunicar de manera continua y consistente la visión de ABARROTES DAMITA para alinear a todos los miembros de la organización y mantenerlos enfocados en el mismo objetivo.
- **Flexibilidad**: Aunque la visión busca un futuro deseado, es lo suficientemente flexible como para adaptarse a cambios inesperados en el entorno o en las circunstancias de la organización.

5.5.3. Misión y Visión Propuestas

MISIÓN

"Brindar un acceso conveniente a productos esenciales de alta calidad para la comunidad de Loreto y sus alrededores, nos comprometemos a servir a nuestros clientes con integridad y pasión, ofreciendo una amplia gama de productos y servicios que satisfagan sus necesidades diarias. Valoramos la honestidad, la calidad y la responsabilidad en cada aspecto de nuestro negocio y estamos dedicados a contribuir al bienestar de nuestra comunidad."

VISIÓN

"Al 2028 es consolidarnos como el líder número uno en la comercialización de productos de primera necesidad en Loreto y sus alrededores, nos esforzamos por ser reconocidos como la opción predilecta para las compras cotidianas de alimentos, bebidas y productos esenciales, planeamos lograrlo mediante la expansión cuidadosa de nuestras sucursales, llegando a más comunidades y mejorando constantemente nuestra oferta de productos."

5.5.4. Objetivo Propuesto

El objetivo es el resultado que la microempresa ABARROTES DAMITA desea alcanzar durante el período 2023-2027, estos objetivos no solo son esenciales para lograr el éxito empresarial, sino que también servirán como fuente de motivación para todo el personal de ABARROTES DAMITA.

A continuación, se detallan los objetivos específicos:

5.5.4.1. Objetivo Administrativo

- Establecer un sistema contable y financiero eficiente para una gestión financiera precisa y efectiva.
- Desarrollar y ejecutar un plan estratégico formal que incluya metas claras y estrategias para el crecimiento y la expansión de ABARROTES DAMITA.

5.5.4.2. Objetivo Financiero

- Mejorar la gestión del flujo de efectivo mediante medidas efectivas de gestión de inventario y relaciones con proveedores.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa mediante estrategias que optimicen los márgenes de beneficio.

5.5.4.3. Objetivo Operativo

- Implementar un programa de mantenimiento regular de equipos y electrodomésticos para asegurar la eficiencia y la continuidad de las operaciones.
- Establecer un sistema de control de inventario para evitar pérdidas y mantener un seguimiento preciso de los productos en stock.

5.5.4.4. Objetivo Comercial

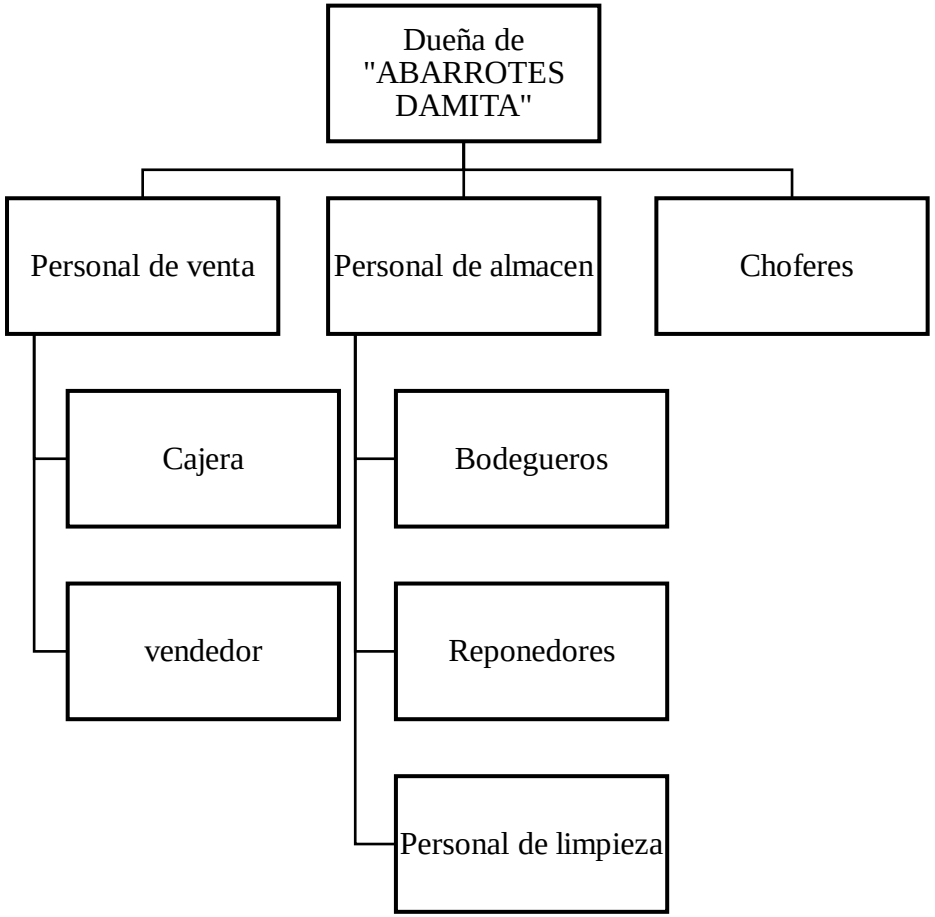
- Desarrollar estrategias de marketing y publicidad para aumentar la visibilidad de ABARROTES DAMITA y atraer nuevos clientes.
- Expandir la oferta de productos para atender diferentes segmentos de mercado y adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores.

5.5.4.5. Objetivo de Recursos Humanos

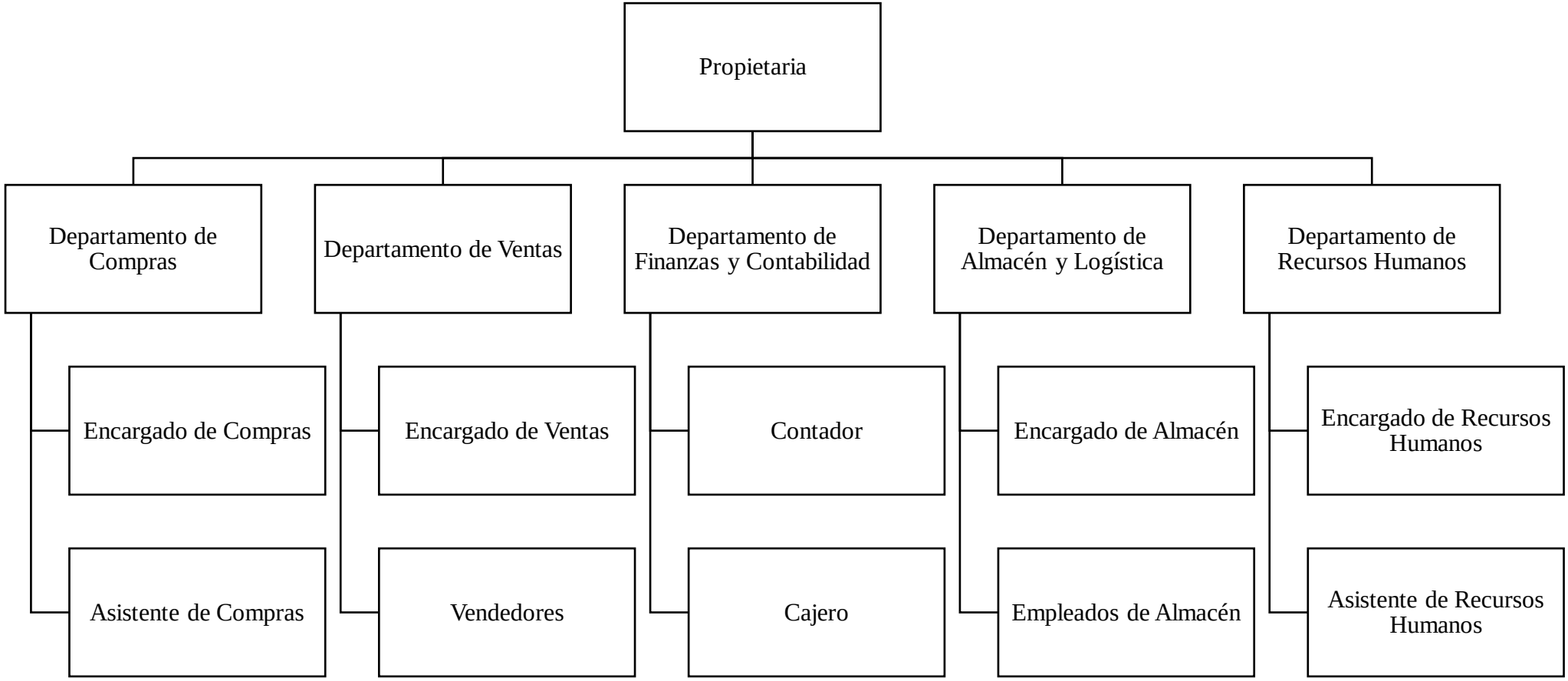
- Brindar capacitación regular a los empleados para mejorar sus habilidades y conocimientos en la atención al cliente y en la operación de la tienda.
- Implementar programas de reconocimiento y recompensas para mantener un equipo de empleados motivados y comprometidos.

5.5.5. Propuesta del Organigrama

5.5.5.1.ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



5.5.5.2.ORGANIGRAMA FUNCIONAL



5.5.6. Propuesta del Manual de Funciones.

Propietario:

- Toma decisiones estratégicas para el negocio.
- Supervisa las operaciones generales de la empresa.
- Define la visión y misión de la empresa.

Departamento de Compras:

- Se encarga de adquirir los productos necesarios para la tienda.
- Negocia con proveedores para obtener los mejores precios y condiciones.
- Gestiona el inventario de productos.

Departamento de Ventas:

- Promociona y vende los productos de la tienda.

- Atiende a los clientes y proporciona un servicio de alta calidad.
- Cumple con las metas de ventas y utilidades.

Departamento de Finanzas y Contabilidad:

- Lleva registros financieros precisos de las transacciones.
- Gestiona el flujo de efectivo y los pagos a proveedores.
- Prepara informes financieros y estados de cuenta.

Departamento de Almacén y Logística:

- Almacena y organiza los productos en el almacén.
- Administra las entregas y envíos de productos.
- Supervisa la gestión de inventario.

Departamento de Recursos Humanos:

- Se encarga de la contratación y gestión de personal.
- Administra los aspectos legales relacionados con empleados.
- Desarrolla programas de capacitación y evaluación del desempeño.

Vendedores:

- Realizan ventas directas a los clientes en la tienda.
- Brindan información sobre los productos y asesoran a los clientes.
- Mantienen el área de ventas organizada y atractiva.

Cajero:

- Administra las transacciones financieras en la caja registradora.
- Maneja pagos de clientes y devuelve cambios.
- Reconcilia el efectivo al final del día.

Encargado de Almacén:

- Supervisa la recepción y almacenamiento de productos.
- Coordina las entregas y prepara pedidos.
- Realiza un seguimiento del inventario y gestiona reabastecimientos.

5.5.7. Políticas

Las políticas en ABARROTES DAMITA desempeñan roles cruciales al proporcionar una guía clara y estándares que orientan las operaciones y actividades de la empresa, fomentando la coherencia y eficiencia, establecen una cultura organizacional basada en valores éticos y responsabilidad, además de mitigar riesgos al abordar temas críticos como seguridad y gestión financiera, también contribuyen al desarrollo del personal mediante políticas de recursos humanos que promueven la capacitación y el crecimiento profesional, al tiempo que garantizan el cumplimiento legal para evitar problemas legales, en conjunto, estas políticas son herramientas esenciales que fortalecen la empresa al mejorar la gestión, la rendición de cuentas y el alineamiento con sus objetivos y valores.

Política de Atención al Cliente:

- Garantizar un servicio amable y atento a todos los clientes.
- Responder de manera rápida y efectiva a las quejas y sugerencias de los clientes.

- Mantener una política de devolución clara y justa.

Política de Compras y Abastecimiento:

- Establecer estándares de calidad para los productos adquiridos.
- Negociar precios competitivos con los proveedores.
- Realizar compras de acuerdo con la demanda y la rotación de inventario.

Política de Inventario:

- Implementar un sistema de control de inventario efectivo.
- Realizar conteos periódicos para mantener la precisión del inventario.
- Evitar el agotamiento de productos populares y la acumulación de productos no vendidos.

Política de Recursos Humanos:

- Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.
- Ofrecer capacitación y desarrollo profesional a los empleados.
- Establecer políticas de compensación justas y beneficios para el personal.

Política Financiera:

- Mantener registros financieros precisos y al día.
- Establecer un presupuesto anual y hacer un seguimiento de los gastos.
- Buscar oportunidades para aumentar la eficiencia y reducir costos operativos.

Política de Marketing y Promoción:

- Desarrollar estrategias de marketing efectivas para promocionar productos y atraer clientes.
- Utilizar las redes sociales y la publicidad local para aumentar la visibilidad.
- Medir el retorno de la inversión en actividades de marketing.

Política de Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

- Implementar prácticas comerciales sostenibles, como el reciclaje y la gestión de residuos.

- Participar en actividades de responsabilidad social corporativa, como donaciones a la comunidad local.

Política de Seguridad y Salud en el Trabajo:

- Garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y clientes.
- Cumplir con todas las regulaciones de seguridad y salud laboral aplicables.

Política de Desarrollo Tecnológico:

- Mantenerse actualizado con las últimas tecnologías relevantes para el negocio.
- Implementar sistemas de punto de venta y gestión de inventario eficientes.
- Proteger la información del cliente y la empresa de posibles amenazas cibernéticas.

Política de Crecimiento y Expansión:

- Evaluar oportunidades para abrir nuevas ubicaciones o expandir el negocio.
- Realizar análisis de mercado antes de tomar decisiones de expansión.

5.5.8. Principios

Basándonos en los datos obtenidos de ABARROTES DAMITA, los principios que la empresa podría adoptar son:

- **Excelencia en el Servicio al Cliente:** Compromiso de brindar un servicio amable y eficiente a todos los clientes, priorizando sus necesidades y expectativas.
- **Calidad en Productos y Abastecimiento:** Buscar constantemente productos de alta calidad y establecer relaciones sólidas con proveedores que compartan nuestros estándares de calidad.
- **Eficiencia Operativa:** Optimizar procesos internos para garantizar la gestión eficiente de recursos y operaciones.
- **Ética Empresarial:** Actuar con integridad, honestidad y ética en todas las transacciones y relaciones comerciales.

- **Desarrollo del Personal:** Invertir en el crecimiento y desarrollo profesional de los empleados, fomentando un ambiente inclusivo y de respeto.
- **Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental:** Compromiso con prácticas comerciales sostenibles, como la gestión de residuos y el uso eficiente de recursos, para minimizar el impacto ambiental.
- **Seguridad y Salud en el Trabajo:** Priorizar la seguridad y la salud de los empleados y clientes, cumpliendo con todas las regulaciones de seguridad laboral aplicables.
- **Crecimiento y Expansión Responsable:** Evaluar oportunidades de crecimiento y expansión de manera responsable, basándose en análisis de mercado y viabilidad.
- **Compromiso con la Comunidad:** Contribuir positivamente a la comunidad local a través de actividades de responsabilidad social corporativa y donaciones.

Estos principios pueden servir como una base sólida para guiar las operaciones y la cultura empresarial de ABARROTES DAMITA, asegurando que la empresa siga sus valores fundamentales y objetivos a medida que crece y se expande.

5.5.9. Valores.

- **Calidad:** Compromiso con la excelencia en los productos y servicios ofrecidos.
- **Atención al Cliente:** Enfoque en satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera amable y eficiente.
- **Honestidad:** Actuar con integridad y ética en todas las transacciones comerciales y relaciones.
- **Responsabilidad:** Cumplimiento de compromisos y obligaciones hacia clientes, empleados y comunidad.
- **Respeto:** Tratar a todos los empleados, clientes y partes interesadas con respeto y consideración.
- **Innovación:** Buscar constantemente formas de mejorar y adoptar nuevas tecnologías para la eficiencia y la satisfacción del cliente.

- **Sostenibilidad:** Compromiso con prácticas comerciales sostenibles y responsabilidad ambiental.
- **Seguridad:** Priorizar la seguridad y la salud tanto de los empleados como de los clientes.
- **Desarrollo del Personal:** Fomentar el crecimiento y desarrollo profesional de los empleados.
- **Compromiso con la Comunidad:** Contribuir positivamente a la comunidad local a través de actividades de responsabilidad social.

Estos valores son fundamentales para la cultura y la ética empresarial de ABARROTES DAMITA, y guían sus acciones y decisiones en el día a día.

5.6.Estrategias

5.6.1. Propuesta de las estrategias.

Con la información obtenida de la microempresa se da contestación del tercer objetivo de Plantear estrategias en la microempresa ABARROTES DAMITA, para el mejoramiento de su gestión.

Especificando las siguientes estrategias por are sugerida en la propuesta planteada:

Tabla 42 *Propuesta de las estrategias*

Áreas	Plan	Objetivo	Estrategia	Responsable
Administrativa	Estrategia de Eficiencia en Procesos Internos	Mejorar la eficiencia de los procesos administrativos y operativos para reducir costos y mejorar la calidad de servicio.	• Realizar una revisión detallada de los procesos internos para identificar ineficiencias y áreas de mejora. • Implementar un sistema de gestión empresarial integrado (ERP)	Propietaria

			para automatizar y agilizar la administración de la empresa.	
Financiera	Estrategia de Control de Costos y Diversificación de Ingresos	Reducir costos operativos y diversificar fuentes de ingresos.	• Realizar una revisión exhaustiva de los gastos operativos para identificar áreas de reducción de costos. • Buscar oportunidades de expansión de productos y servicios, como la introducción de líneas de productos orgánicos y locales.	Propietaria
Operativa	Estrategia de Gestión de Inventarios y Logística Eficiente	Optimizar la gestión de inventarios y mejorar la logística.	• Implementar un sistema de control de inventario avanzado que permita un seguimiento en tiempo real. • Optimizar la cadena de suministro y la gestión de pedidos	Gerente de Operaciones.

			para reducir los tiempos de entrega.	
Comercial	Estrategia de Marketing Digital y Fidelización de Clientes	Aumentar la visibilidad de la empresa y fidelizar a los clientes.	• Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya presencia en redes sociales, publicidad en línea y promociones atractivas. • Implementar un programa de fidelización de clientes con recompensas y descuentos exclusivos.	Gerente de Marketing.
Recursos Humanos	Estrategia de Desarrollo y	Fomentar el crecimiento y retener al talento clave.	• Implementar programas de capacitación y desarrollo	Propietaria

	Retención de Talento		profesional para los empleados. • Establecer políticas de compensación y beneficios competitivas. • Promover un ambiente de trabajo inclusivo y de colaboración.	
Tecnológica	Estrategia de Adopción de Tecnología Emergente	Mantenerse actualizado con la tecnología y fomentar la innovación.	• Mantener un equipo de tecnología que esté al tanto de las últimas tendencias y tecnologías emergentes. • Explorar la posibilidad de implementar tecnologías como la inteligencia artificial en la gestión de inventarios y el análisis de datos.	Propietaria.

Elaborado por: Jubixa Pinza
Nota: Investigación de Campo

Estas estrategias están alineadas con las áreas funcionales de ABARROTES DAMITA y cuentan con responsables específicos según el organigrama funcional de la empresa. Cada estrategia busca abordar las necesidades y oportunidades

identificadas para promover la eficiencia, la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

5.6.2. Cronograma de estrategias propuestas.

Este cronograma es una guía general y puede ajustarse según las circunstancias y recursos específicos de ABARROTES DAMITA, cada estrategia se implementa en fases para garantizar una ejecución efectiva y medible.

Este cronograma incluye fechas específicas y presupuestos estimados para cada estrategia a lo largo de los cuatro años del Plan Estratégico, los presupuestos son estimaciones y pueden ajustarse según sea necesario, además, se recomienda una revisión continua de las estrategias y un seguimiento de los indicadores clave de desempeño para asegurar que se estén alcanzando los objetivos.

Tabla 43 *Presupuesto y Cronograma de las Estrategias*

Estrategia por área	Proceso	Presupuesto	Año 2024											
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Estrategia de Eficiencia en Procesos Internos (Área Administrativa):	Revisión de procesos internos	$1,000.												
	Evaluación y selección del sistema	$900.												
	Implementación del sistema	$2,000.												
Estrategia de Control de Costos y Diversificación de Ingresos (Área Financiera):	Revisión de costos operativos	$900.												
	Identificación de oportunidades de diversificación	$0.												
	Implementación de la diversificación de productos	$2,000.												
Estrategia de Gestión de Inventarios y Logística Eficiente (Área Operativa):	Implementación del sistema de control de inventario	$1,000.												
	Optimización de la cadena de suministro	$900.												
	Mejoras en la logística	$1,000.												

			2025											
			ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Estrategia de Marketing Digital y Fidelización de Clientes (Área Comercial):	Desarrollo de la estrategia de marketing digital	$9,000.												
	Implementación de la estrategia de marketing	$1,000.												
	Lanzamiento del programa de fidelización	$1,000.												
Estrategia de Desarrollo y Retención de Talento (Área de Recursos Humanos):	Implementación de programas de capacitación	$950.												
	Establecimiento de políticas de compensación	$850.												
	Promoción de un ambiente de trabajo inclusivo	$1,000.												
			2026											
			ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Estrategia de Adopción de Tecnología Emergente (Área Tecnológica e Innovación):	Mantenimiento del equipo tecnológico	$450.												
			2027											

			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Continuación y Evaluación de las Estrategias Anteriores:	Continuar la ejecución de las estrategias implementadas en años anteriores.	Se mantiene el presupuesto anterior para cada estrategia.												
	Realizar una evaluación intermedia de todas las estrategias en curso y ajustar según sea necesario.	Se mantiene el presupuesto anterior												
	Continuar la implementación de las estrategias, enfocándose en el logro de objetivos específicos.	Se mantiene el presupuesto anterior para cada estrategia.												

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

5.6.3. Evaluación de las Estrategias

Tabla 44 *Evaluación de las Estrategias*

Área	Objetivo estrategico	Objetivo operativo	Proyectos	Indicadores		Meta		Resultado	Logro (%)
				Nombre	Formula	Magnitud	tiempo		
Administraivo	Mejorar la eficiencia de los procesos administrativos y operativos para reducir costos y mejorar la calidad de servicio.	Estrategia de Eficiencia en Procesos Internos	Realizar una revisión detallada de los procesos internos para identificar ineficiencias y áreas de mejora.	Numeros de procesos	(Número de procesos revisados) / (Total de procesos)	4 procesos	365 dias	4 procesos	100%
			Implementar un sistema de gestión empresarial integrado (ERP) para automatizar y agilizar la administración de la empresa.	Implementación del sistema ERP	Porcentaje de implementación del sistema ERP = (Número de módulos ERP implementados / Total de módulos ERP) *	80% de implementación	365 dias	75% de implementación	93,75 %

Financiero	Reducir costos operativos y diversificar fuentes de ingresos.	Estrategia de Control de Costos y Diversificación de Ingresos	Realizar una revisión exhaustiva de los gastos operativos para identificar áreas de reducción de costos.	Porcentaje de reduccion de costos operativos	costos operativos actuales/costos anteriores.	40 revisiones	365 dias	25 revisiones	75%
			Buscar oportunidades de expansión de productos y servicios, como la introducción de líneas de productos orgánicos y locales.	Expansión de productos y servicios	Número de nuevas líneas de productos o servicios introducidos	3 nuevas líneas de productos o servicios	365 días	2 nuevas líneas de productos o servicios	66,67 %
Operativo	Optimizar la gestión de inventarios y mejorar la logística.	Estrategia de Gestión de Inventarios y Logística Eficiente	Implementar un sistema de control de inventario avanzado que permita un seguimiento en tiempo real.	Porcentaje de mejora de inventarios	Eficiencia de inventarios actuales/eficiencia de inventarior anteriores	1 sistema	365 dias	1 sistema	100%

			Optimizar la cadena de suministro y la gestión de pedidos para reducir los tiempos de entrega.	Reducción de tiempos de entrega		15% de reducción de tiempos de entrega		10%	66,67 %
Comercial	Aumentar la visibilidad de la empresa y fidelizar a los clientes.	Estrategia de Marketing Digital y Fidelización de Clientes	Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya presencia en redes sociales, publicidad en línea y promociones atractivas.	Porcentaje de incremento de ventas	Ventas durante el año actual/ ventas durante el año pasado	10 %	365	7%	70%
			Implementar un programa de fidelización de clientes con recompensas y descuentos exclusivos.	Programa de fidelización de clientes	Porcentaje de clientes inscritos en el programa de fidelización = (Número de clientes inscritos / Total de clientes) * 100	20% de clientes inscritos	365 días	18% de clientes inscritos	90%

Recursos Humanos	Fomentar el crecimiento y retener al talento clave.	Estrategia de Desarrollo y Retención de Talento	Implementar programas de capacitación y desarrollo profesional para los empleados.	Porsentaje de satisfaccion de los empleados	(Numero de empleados satisfechos/ Total de empleados)*100	9 empleados	365 dias	9 empleados	100%
			Establecer políticas de compensación y beneficios competitivas.	Políticas de compensación y beneficios	Nivel de satisfacción de empleados con las políticas de compensación y beneficios	80% de satisfacción	365 días	85% de satisfacción	106,25%
			Promover un ambiente de trabajo inclusivo y de colaboración.	Ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo	Índice de inclusión y colaboración en la empresa	Alcanzar un índice de inclusión y colaboración de 8 en una escala de 1 a 10	365 días	Índice de inclusión y colaboración de 8	100%
Tecnológica e Innovación	Mantenerse actualizado con la tecnología y fomentar la innovación.	Estrategia de Adopción de Tecnología Emergente	Mantener un equipo de tecnología que esté al tanto de las últimas tendencias y tecnologías emergentes.	Porcentaje de adopción de tecnología emergente	(Tecnología emergente adoptada / Total de tecnología emergente disponible) * 100	90% de adopción de tecnologías	365 dias	92% de adopción de tecnologías	102,22%

				emergentes		emergentes	
	Explorar la posibilidad de implementar tecnologías como la inteligencia artificial en la gestión de inventarios y el análisis de datos.	Implementación de inteligencia artificial en la gestión de inventarios y análisis de datos.	Porcentaje de implementación de inteligencia artificial	50% de implementación de inteligencia artificial	365 días	45% de implementación de inteligencia artificial	90%

6. CONCLUSIONES

- El análisis situacional basado en la matriz FODA ha arrojado luz sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que son relevantes para la microempresa ABARROTES DAMITA. Esta evaluación proporciona una visión integral de su posición actual, identificando áreas críticas que requieren enfoque y desarrollo, como la gestión interna y la explotación de activos clave, como su profundo conocimiento del mercado.
- El análisis PESTEL realizado para ABARROTES DAMITA ha proporcionado una visión detallada del entorno externo de la microempresa, esto incluye factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que pueden influir en sus operaciones y estrategias, estos elementos son fundamentales para la planificación estratégica, ya que permiten a la empresa adaptarse y considerar estos factores es esencial para la toma de decisiones informadas y la adaptación a un entorno empresarial en constante evolución.
- La formulación de estrategias destinadas a mejorar la gestión de ABARROTES DAMITA es esencial para su crecimiento y sostenibilidad, estas estrategias se centran en áreas críticas como la eficiencia en procesos, el control de costos, la gestión de inventarios, el marketing digital y el desarrollo de talento, y tienen como propósito capitalizar oportunidades, mitigar amenazas y abordar las debilidades internas, entre las acciones clave se destaca el uso del profundo conocimiento del mercado para diseñar campañas de marketing específicas.

7. RECOMENDACIONES

- Basándonos en el diagnóstico FODA, se sugiere que ABARROTES DAMITA utilice esta información como una guía continúa para establecer estrategias sólidas. Esto implica capitalizar las fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que se abordan las debilidades y amenazas. Las acciones clave podrían incluir la optimización de la gestión de inventarios, el fortalecimiento de relaciones con proveedores, la implementación de políticas internas y la adopción de un sistema de gestión financiera estructurado. Además, se recomienda mantener la matriz FODA como una herramienta de diagnóstico periódico para una gestión efectiva en el futuro.
- Siguiendo la propuesta, se sugiere que ABARROTES DAMITA continúe realizando análisis PESTEL de manera regular, particularmente cuando se produzcan cambios significativos en el entorno empresarial, los resultados de este análisis deben ser utilizados para ajustar y adaptar la estrategia de la microempresa en consecuencia, esto implica la capacidad de la empresa para adaptar su cartera de productos de acuerdo con las necesidades dietéticas cambiantes de los clientes y para cumplir con las regulaciones gubernamentales. Además, puede aprovechar las oportunidades tecnológicas para mejorar la gestión y el servicio al cliente de manera más eficiente y efectiva.
- Como parte de la propuesta, se insta a la implementación de las estrategias propuestas, que incluyen la creación de políticas internas, la adopción de un sistema de gestión financiera estructurado y el desarrollo de campañas de marketing específicas, el seguimiento y la evaluación periódica de estas estrategias son esenciales para garantizar que estén cumpliendo su propósito y adaptarlas según sea necesario para el mejoramiento continuo de la gestión de la microempresa, para lograr esto, es esencial asignar responsables para cada estrategia, establecer indicadores de desempeño específicos y promover un ambiente de colaboración y aprendizaje dentro de la organización para asegurar el éxito de estas iniciativas, teniendo en cuenta la misión y visión propuesta.

8. 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

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 .

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.

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

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

Ley deCompañias. (05 de Noviembre de 2020). Obtenido de 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-EMPRENDIMIENTO-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). *conceptodefinicion*. Obtenido de https://conceptodefinicion.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*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia-empresarial

QueSignifica.org. (s.f.). *quesignifica.org*. Obtenido de http://www.quesignifica.org/factible/

Quiroa, M. (13 de Marzo de 2020). *economipedia.com*. 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*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas

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

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

Savkín, A. (18 de Diembre de 2019). *bscdesigner*. Obtenido de https://bscdesigner.com/es/esquema-fodae.htm

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

Tekams, B. (2022). *tekams.com*. Obtenido de https://tekams.com/estrategias-de-ventas/

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

Varas, V. J. (2019). *dspace.uce.edu.ec*. 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	MESES	MAY				JINIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCT				ENE				FEB			
	SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5Solicitud de autorización en la MICROEMPRESA ABARROTES DAMITA. Para la realización de la investigación.			X																													
Elaboración del anteproyecto						X	X	X																									
Entrega del anteproyecto										X	X	X																					
Corrección de anteproyecto														X	X	X	X																
Revisión del anteproyecto																X	X																
Elaboración de preguntas para la encuesta																		X															
Aplicación de la técnica de encuesta a la microempresa ABARROTES DAMITA.																			X	X													
Análisis e interpretación de los datos																					X												

| | | |

Anexo B: *Presupuesto Ejecutado*

Tabla 46 *Presupuesto Ejecutado*

PRESUPUESTO ESTABLECIDO PARA LA INVESTIGACION				
Recursos	**Unidad de medida**	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Total ($)**
Esferos	Docena	1	4	4
Papel Bond	Resma	3	3,5	10,5
Engrampadora	Unidad	2	2	4
Grapas	Caja	3	2,5	7,5
Impresiones	Unidad	1000	0,1	100
Copias	Unidad	700	0,1	70
Anillado	Unidad	4	20	80
Internet	Por persona	1	50	50
Computadoras	Unidad	1	50	50
CD	Unidad	2	1,5	3
Alimentación	Por persona	1	150	150
Pasajes	Por persona	60	15	900
TOTAL				$1414,50

***Nota*:** Elaborado por *Jubixa Pinza*

Anexo C: *Encuesta*

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA.

Preguntas de la entrevista dirigida a la dueña del emprendimiento

1. **¿Ha identificado usted los objetivos a largo plazo para su negocio?**
   ……
2. **¿Cuál es su misión como microempresa?**
   ……
3. **¿Qué tipo de políticas usted aplica en la microempresa?**
   ……
4. **¿Tiene información y análisis suficientes para tomar decisiones efectivas y mejorar sus ventas?**
   ……
5. **¿Cuáles son sus principales competidores?**
   ……
6. **¿Tiene circunstancias internas y externas que están afectando a su negocio?**
   ……...
7. **¿Cómo es el trato que tiene con los diferentes proveedores con los que usted trabaja?**
   ……...
8. **¿Lleva contabilidad en su negocio?**
   ……..
9. **¿De qué manera se lleva a parte financiera de la microempresa?**
   ……..
10. **¿Cómo es el trato empleado empleador?**
    ……..
11. **¿Considera que cuenta con publicidad suficiente para promocionar su negocio?**
    ……..
12. **¿Considera adecuado el mantenimiento de los electrodomésticos de su microempresa?**
    ……..
13. **¿Cómo es el trato que tienen sus empleados con los clientes?**
    ……...
14. **¿Cómo se encuentra planificado el horario de trabajo?**
    ……...
15. **¿De qué manera usted lleva el control de los productos de la microempresa?**
    ……...
16. **¿De qué manera usted lleva las funciones de cada empleado?**
    ……..
17. **¿Considera usted que la micro empresa ABARROTES DAMITA cuenta con un buen posicionamiento en el mercado? ¿por qué?**

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

Carrera: Administración de Empresas

Objetivo: Recoger la información relevante para proponer acciones de gestión efectiva en la microempresa "ABARROTES DAMITA".

Encuesta dirigida al personal que conforma la microempresa "ABARROTES DAMITA".

1. **¿La microempresa ABARROTES DAMITA cuenta con algún tipo de plan de control?**
   a) Sí
   b) No
2. **¿La microempresa ABARROTES DAMITA tiene un enfoque a largo plazo?**
   a) Sí
   b) No
3. **¿Tiene definido objetivos institucionales sobre organización de la microempresa ABARROTES DAMITA?**
   a) Sí
   b) No
4. **¿Cuentan con políticas de control en la microempresa?**
   a) Sí
   b) No
5. **¿Cuentan con un sistema para llevar el control del personal?**
   a) Sí
   b) No
6. **¿La microempresa ABARROTES DAMITA cuenta con una estructura organizativa a partir de las funciones?**
   a) Sí
   b) No
7. **¿Aplican estrategias o técnicas de venta?**

a) Sí
b) No

8. **¿Cuentan con un sistema de control del inventario?**
   a) Sí
   b) No
9. **¿Cuentan con un sistema de cobro a los clientes adecuados con el que se lleven las cuentas de forma correcta?**
   a) Sí
   b) No
10. **¿Ha recibido quejas de parte de los clientes por el precio con el que se comercializan los productos?**
    a) Sí
    b) No
11. **¿Cuentan con una infraestructura adecuada para llevar a cabo sus labores diarias?**

a) Sí
b) No

12. ¿Cuenta con contabilidad para el control financiero de la microempresa?

a) Sí
b) No

13. ¿Considera que el horario de atención establecido es el correcto?

a) Si
b) No

14. ¿Cuenta con marketing para promocionarse?

a) Si
b) No

15. ¿considera que está capacitado para la adecuada atención al cliente?

a) Si
b) No

16. ¿Considera que la implementación de un plan estratégico ayudara a la microempresa abarrotes damita a mejorar la gestión empresarial?

a) Si
b) No

Anexo D*: Entrevista*

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción general de los clientes con la tienda, incluyendo la calidad de los productos, variedad, precios y atención al cliente.
Encuesta dirigida a los clientes de la microempresa "ABARROES DAMITA".

1. **¿Con qué frecuencia visita "ABARROTES DAMITA"?**
   a) Varias veces por semana
   b) Una vez por semana
   c) Dos o tres veces al mes
   d) Menos de una vez al mes
2. **¿Qué aspecto valora más al elegir a "ABARROTES DAMITA"?**
   a) Variedad de productos
   b) Precios competitivos
   c) Calidad de los productos
   d) Atención al cliente
3. **¿Cómo calificaría la amabilidad y disponibilidad del personal de atención al cliente?**
   a) Excelente
   b) Bueno
   c) Regular
   d) Deficiente
4. **¿Suele encontrar los productos que busca en "ABARROTES DAMITA"?**
   a) Siempre
   b) Casi siempre
   c) A veces
   d) Rara vez o nunca
5. **¿Qué opina sobre la limpieza y el orden de la tienda?**
   a) Impecable
   b) Aceptable
   c) Podría mejorar
   d) Muy desordenada y sucia
6. **¿Los productos comercializados cumplen con la calidad y variedad que necesita usted como cliente?**
   a) Si
   b) No

7. **¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún producto en "ABARROTES DAITA"? Si es así, ¿cómo se resolvió?**
    a) No, nunca he tenido una experiencia negativa.
    b) Sí, pero se resolvió satisfactoriamente.
    c) Sí, y no se resolvió de manera adecuada.
8. **¿Qué opina sobre las ofertas y promociones que ofrece "ABARROTES DAMITA"?**
    a) Excelentes, siempre aprovecho algunas.
    b) Buenas, a veces aprovecho.
    c) No son muy atractivas.
    d) No estoy al tanto de las ofertas y promociones.
9. **¿Recomendaría a "ABARRTES DAMITA" con amigos y familiares?**
    a) Sí, sin dudarlo.
    b) Probablemente sí.
    c) No estoy seguro/a.
    d) No, definitivamente no.
10. **¿Considera que el horario de atención es el correcto?**
    a) Si
    b) No
11. **¿Has experimentado demoras en el tiempo de espera en la caja de ABARROTES DAMITA?**
    c) No, el tiempo de espera es corto y eficiente.
    d) Ocasionalmente, he tenido que esperar más tiempo de lo deseado.
    e) Sí, los tiempos de espera suelen ser prolongados.
12. **¿Hay algún otro comentario o sugerencia que quieras compartir con nosotros para mejorar nuestros servicios?**

Anexo E: *Modelo de un Sistema Contable*

Figura 33 *Modelo de sistema contable*

CONCEPTO	VOLUMEN Venta mensual	PRECIO UNITARIO	VENTAS MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACEITE KARTAMUS C/12/900 ML	24.00	23.50	$ 564.10	$ 6,769.15	$ 7,107.61	$ 7,462.99	$ 7,836.14	$ 8,227.95
ALCOHOL DRX C/24/250 ML	28.00	11.48	$ 321.41	$ 3,856.94	$ 4,049.79	$ 4,252.28	$ 4,464.89	$ 4,688.14
ALUMINIO ALUPACK 8 MTS. ROJO	28.00	14.04	$ 393.12	$ 4,717.44	$ 4,953.31	$ 5,200.98	$ 5,461.03	$ 5,734.08
ARROZ TIA CATA C/10PZ/1 KG	20.00	11.31	$ 226.20	$ 2,714.40	$ 2,850.12	$ 2,992.63	$ 3,142.26	$ 3,299.37
ASPIRINA EFERV.500 MG C/60 TABLETAS	12.00	1.56	$ 18.72	$ 224.64	$ 235.87	$ 247.67	$ 260.05	$ 273.05
ATUN DOLORES ACEITE C/48/170 G	24.00	11.10	$ 266.45	$ 3,197.38	$ 3,357.24	$ 3,525.11	$ 3,701.36	$ 3,886.43
AVENA 3 MINUTOS BOTE 400 G	16.00	16.64	$ 266.24	$ 3,194.88	$ 3,354.62	$ 3,522.36	$ 3,698.47	$ 3,883.40
AZUCAR BULTO 50 KG	16.00	13.91	$ 222.56	$ 2,670.72	$ 2,804.26	$ 2,944.47	$ 3,091.69	$ 3,246.28
BOING C/24/500ML	24.00	6.23	$ 149.45	$ 1,793.38	$ 1,883.04	$ 1,977.20	$ 2,076.06	$ 2,179.86
CAFÉ LEGAL SOBRE C/60/43 G	40.00	4.29	$ 171.60	$ 2,059.20	$ 2,162.16	$ 2,270.27	$ 2,383.78	$ 2,502.97
CAFÉ LEGAL SOBRE EXHIB C/20 PZAS	48.00	5.16	$ 247.73	$ 2,972.74	$ 3,121.37	$ 3,277.44	$ 3,441.31	$ 3,613.38
CAPRICE SPRAY EXT.SABILA	12.00	30.94	$ 371.28	$ 4,455.36	$ 4,678.13	$ 4,912.03	$ 5,157.64	$ 5,415.52
CERILLOS CLASICOS C/50 PZS	36.00	1.05	$ 37.91	$ 454.90	$ 477.64	$ 501.52	$ 526.60	$ 552.93
CIGARROS MALBORO 2OO PZAS ROJO PAQUETE	80.00	2.28	$ 182.00	$ 2,184.00	$ 2,293.20	$ 2,407.86	$ 2,528.25	$ 2,654.67
CLORALEX VERDE C/15/950 ML	16.00	9.70	$ 155.17	$ 1,862.02	$ 1,955.12	$ 2,052.87	$ 2,155.52	$ 2,263.29
CLORALEX VERDE C/20/500 ML	16.00	5.27	$ 84.24	$ 1,010.88	$ 1,061.42	$ 1,114.50	$ 1,170.22	$ 1,228.73
COLGATE MFP 100ML+CEPILLO PREMIER	16.00	22.04	$ 352.56	$ 4,230.72	$ 4,442.26	$ 4,664.37	$ 4,897.59	$ 5,142.47
COTONETES SORINA C/30/14PZAS	40.00	2.60	$ 104.00	$ 1,248.00	$ 1,310.40	$ 1,375.92	$ 1,444.72	$ 1,516.95
CREMA ALPURA ACIDA C/24/200 ML	24.00	9.31	$ 223.39	$ 2,680.70	$ 2,814.74	$ 2,955.48	$ 3,103.25	$ 3,258.41
CREMA HINDS 420 ML.NATURAL P.RESECA	8.00	40.95	$ 327.60	$ 3,931.20	$ 4,127.76	$ 4,334.15	$ 4,550.86	$ 4,778.40
CREMA NIVEA C/10/50 ML	16.00	21.45	$ 343.20	$ 4,118.40	$ 4,324.32	$ 4,540.54	$ 4,767.56	$ 5,005.94
CUCHARA PASTEL C/60/50 PZS	4.00	5.37	$ 21.48	$ 257.71	$ 270.60	$ 284.13	$ 298.33	$ 313.25
CHILES CHIPOTLES LA COSTEÑA C/24/220G	24.00	13.98	$ 335.40	$ 4,024.80	$ 4,226.04	$ 4,437.34	$ 4,659.21	$ 4,892.17

C.I.I. PROYECCION DE INGRESOS | C. III.ESTADO DE RESULTADOS | C.IV FLUJO DE EFECTIVO | D.I. PUNTO DE EQUILIBRIO | D. II ANALISIS DE RENTABILIDAD

Anexo F: *Modelo de Inventario*

Figura 34 *Modelo de inventario*

PRESUPUESTO DE INVERSION

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	PROGRAMA	SOCIOS	TOTAL
ACTIVO FIJO							
LOCAL	M2	150	$ 450.00	$ 67,500.00		$ 67,500.00	$ 67,500.00
VITRINA CREMERA	EQUIPO	1	32500	$ 32,500.00	$ 32,500.00		$ 32,500.00
REFRIGERADOR R-36	EQUIPO	1	24000	$ 24,000.00	$ 24,000.00		$ 24,000.00
RAYADOR DE QUESO ELECTRICO	PIEZA	1	7600	$ 7,600.00	$ 7,600.00		$ 7,600.00
BASCULA MULTIFUNCIONAL 40 KG	PIEZA	1	6361.5	$ 6,361.50	$ 6,361.50		$ 6,361.50
ANAQUEL KINKONG REFORZADO	PIEZA	6	1775	$ 10,650.00	$ 10,650.00		$ 10,650.00
REFRIGELADOR DE CUATRO PUERTAS	EQUIPO	1	29869.5	$ 29,869.50	$ 29,869.50		$ 29,869.50
MOSTRADOR DE MADERA/LAMINA	EQUIPO	1	14600	$ 14,600.00	$ 14,600.00		$ 14,600.00
REBANADORA DE JAMON TORREY	EQUIPO	1	14500	$ 14,500.00	$ 14,500.00		$ 14,500.00
ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	PRESUPUESTO	1	14069	$ 14,069.00	$ 14,069.00		$ 14,069.00
REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE APOYO	LOTE	1	1240	$ 1,240.00		$ 1,240.00	$ 1,240.00
REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS	LOTE	1	6828	$ 6,828.00		$ 6,828.00	$ 6,828.00
SUBTOTAL				**$ 162,218.00**	**$ 154,150.00**	**$ 75,568.00**	**$ 162,218.00**
ACTIVO DIFERIDO							
Capacitacion y asistencia tecnica	presupuesto	1	$ 18,000.00	$ 18,000.00	$ 18,000.00		$ 18,000.00
CAPITAL DE TRABAJO							
Mercancia, abarrotes	lote	1	$ 64,070.42	$ 64,070.42	$ 25,850.00	$ 38,220.42	$ 64,070.42
Mano de obra(SALARIOS)	jornal	56	$ 80.00	$ 4,480.00		$ 4,480.00	$ 4,480.00
INSUMOS(BOLSAS)	lote	1	$ 200.00	$ 200.00		$ 200.00	$ 200.00
Administracion	servicio	1	$ 3,000.00	$ 3,000.00		$ 3,000.00	$ 3,000.00
Agua	servicio	1	$ 50.00	$ 50.00		$ 50.00	$ 50.00
Luz	servicio	1	$ 180.00	$ 180.00		$ 180.00	$ 180.00
SUBTOTAL				***$ 71,980.42***	***$ 25,850.00***	***$ 46,130.42***	***$ 71,980.42***
TOTAL				***$ 252,198.42***	***$ 198,000.00***	***$ 121,698.42***	***$ 252,198.42***

DATOS | A. PRESUPUESTO DE INVERSION | B.I. MEMORIAS DE CALCULO | B. II. PROYECCION DE COSTOS | C.I. COSTOS TOTAL

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

Figura 35 *Socialización del Plan Estratégico*

Anexo H: *Carta de Aceptación de la Empresa*

ABARROTES DAMITA
ALVAREZ ROBLES DIANA BEATRIZ
Venta al por menor de gran variedad de productos en bendas
Dir VIAL TENA S/N Y LUIS PEÑA
Telf 0982106772 LORETO - ORELLANA - ECUADOR
RUC: 1500615396001

Loreto, 30 de mayo del 2023

Srta. Jubixa Pinza

Cordial saludo.

Por este medio, yo, **DIANA BEATRIZ ALVAREZ ROBLES**, con numero de identidad, **1500615396**, me complace notificarle la aceptación del proyecto "Plan Estratégico para el mejor miento de la gestión de la microempresa ABARROTES DAMITA, ubicada en la ciudad de Loreto, provincia de Orellana, periodo 2023-2027" a llevarse a cabo por PINZA JUBIXA, a partir del 31 de mayo de 2023, hasta la fecha de culminación del proyecto.

Como se indicó en la presentación del proyecto, la Srta. Pinza Jubixa estará a cargo de las particularidades del proyecto. Por su lado, ABARROTES DAMITA será responsable de los compromisos de la empresa que acepta.

Estoy segura de que la culminación de este proyecto se llevará a cabo bajo las condiciones y características estipuladas.

Atentamente,

DIANA BEATRIZ ALVAREZ ROBLES
PROPIETARIA
ABARROTES DAMITA
1500615396
0982106772 - 0997477506

Escaneado con CamScanner

Anexo I: *Certificado de Turnitin*

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ECON. CARMITA GALUDTH BORJA BORJA EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

CERTIFICA

Que el trabajo de investigación curricular denominado "PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO LA GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA ABARROTES DAMITA, EN LA CIUDAD DE LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA, PERÍODO, 2023-2027", presentada por Jubixa Brigitte Pinza Alvarez, estudiante de la carrera de Administración de Empresas pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta TURNITIN, reflejando un porcentaje de similitud de 8%, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 6 de noviembre del 2023

Atentamente,

ECON. CARMITA GALUDTH BORJA BORJA

Directora

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

Anexo J: *Captura del Turnitin*

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS PLAN ESTRATEGICO ARREGLADO .docx

AUTOR
Jubixa Pinza

RECUENTO DE PALABRAS
34089 Words

RECUENTO DE CARACTERES
194317 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS
162 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO
4.2MB

FECHA DE ENTREGA
Nov 6, 2023 11:40 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME
Nov 6, 2023 11:43 AM GMT-5

8% de similitud general
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 40 palabras)

C.I. 0201541877

Resumen