



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

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

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OPTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA  
EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA,  
PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027”**

**AUTORES:**

**EDISON JAVIER ARÉVALO AGUALONGO  
EDISON ANIBAL PATIN CHIMBO**

**DIRECTORA:**

**ING. ALEXANDRA ARGUELLO**

**PARES ACADÉMICOS:**

**ING. EDDY ALVARADO**

**LIC. GINA ACEBO**

**GUARANDA – ECUADOR  
2023**

## **TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027.”

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por brindarnos con salud y vida, para continuar en este camino de esfuerzo y perseverancia superando cada obstáculo.

Nuestras gratitudes a nuestros padres y familiares que de una u otra manera estuvieron apoyándonos durante el trascurso de esta carrera universitaria, guiándonos por el camino del bien, brindándonos amor incondicional, motivación, consejos para ser cada día mejor.

Nuestros sinceros agradecimientos a cada uno de los docentes de la Universidad Estatal de Bolívar quienes nos impartieron sus conocimientos, permitiendo alcanzar nuestras metas y aspiraciones.

De manera especial a los docentes que intervinieron en el presente trabajo de investigación, por su tiempo, paciencia y guía en el desarrollo de la misma.

*Edison Arévalo y Edison Patin*

## DEDICATORIA

A nuestro Dios por ser guía y pilar fundamental en cada una de las decisiones que tomamos.

A nuestros amados padres, quienes a lo largo de la vida estudiantil velaron por el bienestar y educación a la vez forjándonos por el camino del bien, enseñándonos con principios y valores, formándonos unas personas de bien ante la sociedad.

A nuestros hermanos y familiares quienes confiaron y apoyaron de una u otra manera durante todo el recorrido universitario.

*Edison Arévalo y Edison Patin*

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**


Ing. “*Alexandra Arguello Pazmiño*”, Ing. “*Eddy Alvarado Pacheco*”, Lic. “*Gina Acebo Delvalle*”, en su orden Directora y Pares Académicos del Trabajo de Titulación “**Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión en la empresa KINDURCORP S. A., de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, periodo 2023-2027**” desarrollado por los señores Edison Javier Arevalo Agualongo y Edison Anibal Patin Chimbo


**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

  
Ing. Alexandra Arguello Pazmiño  
Directora

  
Lic. Gina Acebo Delvalle  
Par Académico

  
Ing. Eddy Alvarado Pacheco  
Par Académico

**DERECHOS DE AUTOR**

Nosotros Arévalo Agualongo Edison Javier y Patin Chimbo Edison Anibal portadores de la Cédula de Identidad No **0250074648** y **0202498085** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión en la empresa Kindurcorp S. A., de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, 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/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) 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.



Arévalo Agualongo Edison Javier



Edison Anibal Patin Chimbo

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |     |
|---|-----|
| TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....        | i   |
| AGRADECIMIENTO .....                            | ii  |
| DEDICATORIA .....                               | iii |
| CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO..... | iv  |
| DERECHOS DE AUTORÍA .....                       | v   |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                          | ix  |
| ÍNDECE DE CUADROS .....                         | x   |
| 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 .....              | 6   |
| 1.3 Preguntas de Investigación.....             | 6   |
| 1.5 Justificación.....                          | 7   |
| 1.6 Objetivos.....                              | 8   |
| 1.6.1 Objetivo General .....                    | 8   |
| 1.6.2 Objetivo Específicos .....                | 8   |
| 1.7 Variables.....                              | 8   |
| 1.7.1 Operacionalización de Variables.....      | 9   |
| CAPITULO II.....                                | 10  |
| MARCO TEÓRICO .....                             | 10  |
| 2.1 Antecedentes.....                           | 10  |
| 2.2 Marco científico.....                       | 12  |
| 2.2.1 Plan estratégico .....                    | 12  |
| 2.2.2 Características de plan estratégico ..... | 12  |
| 2.2.3 Beneficios.....                           | 12  |
| 2.2.4 Etapas estratégicas .....                 | 12  |

|                             |   |    |
|-----------------------------|---|----|
| 2.2.5                       | Tipos de planes estratégicos.....                               | 13 |
| 2.2.6                       | Elementos de plan estratégico.....                              | 13 |
| 2.2.7                       | Modelos de planeación estratégica.....                          | 14 |
| 2.2.8                       | Mapa Estratégico.....   | 14 |
| 2.2.9                       | Análisis PORTER.....  | 15 |
| 2.2.10                      | Análisis FODA.....  | 15 |
| 2.2.11                      | Gestión administrativa.....                                     | 16 |
| 2.3                         | Marco conceptual.....   | 18 |
| 2.4                         | Marco legal.....  | 20 |
| 2.5                         | Marco georreferencial.....                                      | 29 |
| CAPÍTULO III.....           |   | 31 |
| METODOLOGÍA.....            |   | 31 |
| 3.1                         | Tipo de Investigación.....                                      | 31 |
| 3.2                         | Enfoque de la investigación.....                                | 31 |
| 3.3                         | Métodos de Investigación.....                                   | 32 |
| 3.4                         | Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos.....           | 32 |
| 3.5                         | Universo, Población y Muestra.....                              | 33 |
| 3.6                         | Procesamiento de la información.....                            | 33 |
| CAPITULO IV.....            |   | 34 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... |   | 34 |
| 4.1                         | Análisis, interpretación y discusión de resultados.....         | 34 |
| 4.1.1                       | Entrevista al Gerente General de la empresa KINDURCORP S.A..... | 34 |
| 4.1.2                       | Entrevista a los empleados de la empresa KINDURCORP S. A.....   | 37 |
| 4.1.3                       | Encuesta a los clientes de la empresa KINDURCORP S. A.....      | 38 |
| CAPITULO V.....             |   | 47 |
| PROPUESTA.....              |   | 47 |
| 5.1                         | TEMA.....   | 47 |
| 5.2                         | DATOS GENERALES.....  | 47 |
| 5.3                         | OBJETIVOS.....  | 48 |
| 5.3.1                       | Objetivo general.....   | 48 |
| 5.3.1                       | Objetivos específicos.....                                      | 48 |



|       |  |    |
|-------|--|----|
| 5.4   | Análisis de la empresa KINDURCORP S. A. ....                           | 48 |
| 5.4.1 | Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....                              | 48 |
| 5.4.2 | Análisis de la matriz FODA .....                                       | 54 |
| 5.4.3 | Análisis de evaluación de factores internos .....                      | 55 |
| 5.4.4 | Análisis de evaluación de factores externos.....                       | 57 |
| 5.4.5 | Análisis de Matriz FODA (CRUZADO) .....                                | 59 |
| 5.3   | Desarrollo de la propuesta .....                                       | 62 |
| 5.3.1 | Nombre de la empresa.....  | 62 |
| 5.3.2 | Logotipo propuesto .....   | 62 |
| 5.3.3 | Visión Propuesta .....   | 62 |
| 5.3.4 | Objetivos estratégicos .....   | 63 |
| 5.3.5 | Valores organizacionales propuesto.....                                | 63 |
| 5.3.6 | Principios organizacionales propuesto .....                            | 64 |
| 5.3.7 | Diseño de las políticas de la organización propuesto.....              | 64 |
| 5.3.8 | Manual de Funciones .....  | 68 |
| 5.3.9 | Estrategias propuestas .....   | 73 |
|       | CONCLUSIONES.....  | 78 |
|       | RECOMENDACIONES .....  | 79 |
|       | BIBLIOGRAFÍA .....   | 80 |
|       | ANEXOS .....   | 83 |
|       | <i>Anexo A Cronograma de gantt .....</i>                               | 84 |
|       | <i>Anexo B Presupuesto ejecutado .....</i>                             | 85 |
|       | <i>Anexo C Guía de la entrevista .....</i>                             | 86 |
|       | <i>Anexo D Recolección de datos .....</i>                              | 89 |
|       | <i>Anexo E Encuestas realizadas .....</i>                              | 90 |
|       | <i>Anexo F Carta de aceptación de la empresa Kindurcorp S. A. ....</i> | 92 |
|       | <i>Anexo G Certificado de turnitin.....</i>                            | 93 |
|       | <i>Anexo H Captura de turnitin.....</i>                                | 94 |

**ÍNDICE DE TABLAS**

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> <i>Conocen la Empresa</i> .....                           | 38 |
| <b>Tabla 2.</b> <i>Por qué medio conoció la empresa</i> .....             | 39 |
| <b>Tabla 3.</b> <i>Percepción de servicio de la empresa</i> .....         | 40 |
| <b>Tabla 4.</b> <i>Frecuencia de visita a la empresa</i> .....            | 41 |
| <b>Tabla 5.</b> <i>Servicio que brinda la empresa</i> .....               | 42 |
| <b>Tabla 6.</b> <i>Elemento que considera al momento de visitar</i> ..... | 43 |
| <b>Tabla 7.</b> <i>Recomendaciones para que visite la empresa</i> .....   | 44 |
| <b>Tabla 8.</b> <i>Calificación de la empresa</i> .....                   | 45 |
| <b>Tabla 9.</b> <i>Rivalidad entre competidores</i> .....                 | 49 |
| <b>Tabla 10.</b> <i>Ingreso de Nuevos Competidores</i> .....              | 50 |
| <b>Tabla 11.</b> <i>Nuevos Productos Sustitutos</i> .....                 | 51 |
| <b>Tabla 12.</b> <i>Negociación de los Proveedores</i> .....              | 52 |
| <b>Tabla 13.</b> <i>Negociación del Consumidor</i> .....                  | 53 |
| <b>Tabla 14.</b> <i>Evaluación de factores internos</i> .....             | 55 |
| <b>Tabla 15.</b> <i>Matriz de evaluación de factores internos</i> .....   | 57 |

## ÍNDECE DE CUADROS

|  |           |
|--|-----------|
| <i><b>Cuadro 1.</b> Operacionalización de variable dependiente e independiente .....</i> | <i>9</i>  |
| <i><b>Cuadro 2.</b> Nómina de empleados .....</i>  | <i>33</i> |
| <i><b>Cuadro 3.</b> Entrevista del Gerente .....</i>                                     | <i>34</i> |
| <i><b>Cuadro 4.</b> Entrevista a los empleados .....</i>                                 | <i>37</i> |
| <i><b>Cuadro 5.</b> Nivel de calificación .....</i>                                      | <i>48</i> |
| <i><b>Cuadro 6.</b> Matriz FODA .....</i>  | <i>54</i> |
| <i><b>Cuadro 7.</b> Rango de equivalencia interno .....</i>                              | <i>56</i> |
| <i><b>Cuadro 8.</b> Rango de equivalencia externo .....</i>                              | <i>58</i> |
| <i><b>Cuadro 9.</b> Matriz FODA (cruzada) .....</i>                                      | <i>59</i> |
| <i><b>Cuadro 10.</b> Manual de función gerencial .....</i>                               | <i>68</i> |
| <i><b>Cuadro 11.</b> Manual de función financiero .....</i>                              | <i>69</i> |
| <i><b>Cuadro 12.</b> Manual de función del técnico .....</i>                             | <i>70</i> |
| <i><b>Cuadro 13.</b> Manual de función de la secretaria .....</i>                        | <i>71</i> |
| <i><b>Cuadro 14.</b> Cuadro de manual de función del vendedor .....</i>                  | <i>72</i> |
| <i><b>Cuadro 15.</b> Estratégico N°1 .....</i>   | <i>73</i> |
| <i><b>Cuadro 16.</b> Estratégico N°2 .....</i>   | <i>75</i> |
| <i><b>Cuadro 17.</b> Estratégico N°3 .....</i>   | <i>77</i> |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 1. Modelo de Plan Estratégico FODA.....</i>               | 15 |
| <i>Figura 2. Gestión administrativa .....</i>                       | 16 |
| <i>Figura 3. Mapa del Ecuador .....</i>                             | 29 |
| <i>Figura 4. Provincia Bolívar .....</i>                            | 29 |
| <i>Figura 5. Cantón Guaranda.....</i>                               | 30 |
| <i>Figura 6. Ubicación de la empresa .....</i>                      | 30 |
| <i>Figura 7. Conocen la Empresa.....</i>                            | 38 |
| <i>Figura 8. Por qué medio conoció la empresa .....</i>             | 39 |
| <i>Figura 9. Percepción de servicio de la empresa .....</i>         | 40 |
| <i>Figura 10. Frecuencia de visita a la empresa.....</i>            | 41 |
| <i>Figura 11. Servicio que Brinda la empresa.....</i>               | 42 |
| <i>Figura 12. Elemento que considera al momento de visitar.....</i> | 43 |
| <i>Figura 13. Recomendaciones para que visite la empresa.....</i>   | 44 |
| <i>Figura 14. Calificación de la empresa.....</i>                   | 45 |
| <i>Figura 15. Logotipo propuesto.....</i>                           | 62 |
| <i>Figura 16. Organigrama estructural.....</i>                      | 67 |

## INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es una herramienta que ayuda a la empresa a conseguir los objetivos y metas para el cumplimiento de la misión y visión de la organización, es un tipo de planificación táctica que contempla las mejores estrategias sostenibles a largo tiempo, a fin de tener una posesión deseada en el mercado competitivo.

Entre los contenidos que se revisarán se encuentra el capítulo I, en este apartado se menciona el planteamiento de problema el cual indica la situación actual de la empresa KINDURCORP S.A. donde se desconoce sus fortalezas y debilidades, la justificación es la parte importante para mencionar los motivos que impulsaron la realización de la investigación y seguimiento de los objetivos donde se identifica ineficiencia el crecimiento y sostenibilidad debido a los constantes cambios del entorno.

Dentro del capítulo II, se encuentra el marco teórico, conceptual donde se detalla cada uno de los temas referente al plan estratégico de diferentes autores, los cuales sirven de guía para el desarrollo de la propuesta por ende esta investigación ayudará a dar solución a la problemática que afronta la gestión administrativa de la empresa KINDURCORP S.A.

En lo que respecta al capítulo III, engloba a todo el marco metodológico que sirve de guía para la aplicación de métodos, tácticas e instrumentos, que permite recopilar información del estado actual de la empresa.

Posteriormente, en el capítulo IV, se encuentran los resultados, en este capítulo se logra obtener resultados de la entrevista del gerente y empleados, también de la encuesta que se realizó a los clientes de la empresa.

Finalmente, el capítulo V, se detalla la propuesta, donde se muestra el plan estratégico donde se analiza de manera externa e interna evaluando el nivel de eficiencia y eficacia con el fin de implementar estrategias que mejore el direccionamiento de la gestión administrativa.

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación se enfoca en desarrollar un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión en la empresa KINDURCORP S. A., de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar del periodo 2023-2027. El plan estratégico aporta con lineamientos los cuales servirán como guía para la adecuada toma de decisión por parte del gerente, perfeccionando la gestión administrativa. Además, la presente es una investigación bibliográfica, descriptiva y de campo, donde se utilizaron técnicas e instrumentos de investigación como la entrevista y la encuesta a una población total de 160 encuestados y 3 entrevistados, que permitieron recopilar información verídica, a partir de los resultados obtenidos se pudo diagnosticar la situación actual de la empresa, aportando con información importante para el desarrollo de un plan estratégico. En el proceso se encontró que la empresa internamente es fuerte ya que posee fortalezas para hacer frente a sus debilidades. Por otro lado, el entorno que se encuentra la empresa ofrece importantes oportunidades, por ende, se debe aprovechar para mitigar el impacto de las amenazas existentes en su entorno. Mediante la aplicación de la matriz FODA y las 5 fuerzas de Porter se concluyó que inciden positivamente en el mejoramiento de la gestión, lo cual se recomienda implementar el plan estratégico que ayude a una mejor toma de decisiones y pueda cumplir con los objetivos planteados.

**Palabras claves:** Plan, Estrategia, Administración, Mejoramiento, FODA, 5 Fuerzas de Porter.

## ABSTRACT

This research project focuses on developing a strategic plan for the company KINDURCORP S. A., in the city of Guaranda, Bolivar province, for the period 2023-2027. The strategic plan provides guidelines that will serve as a guide for adequate decision-making by the manager, improving the administrative management. In addition, this is a bibliographic, descriptive, and field research, where research techniques and instruments were used such's as interviews and surveys to a total population of 160 respondents and two interviewees, which allowed to collection of real information, from the results obtained it was possible to diagnose the current situation of the company, providing to important information for the development of a strategic plan. In the process, it was found that the company is internally strong because it has strengths to address its weaknesses. On the other hand, the environment in which the company is a located offers important opportunity; therefore, it should take advantage of them to mitigaph the impact of the existing threats in its environment. With the application of the SWOT matrix and Porter's 5 forces, it was concluded that the strategic plan has a favorite impact on the improvement of management, so it is recommended to implement the strategic plan to help better decision-making and to meet the objectives set.

**KEY WORDS:** Plan, Strategy, Management, Improvement, SWOT, Porter's 5 Forces.

# CAPÍTULO I.

## FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

### 1.1 Descripción del Problema

Habitualmente las empresas vienen dadas por la presentación de suplir una necesidad básica, sin embargo, una gestión empírica funciona apenas parcialmente o durante la vida empresarial, por tanto los negocios van mostrando una insuficiencia en la planificación, coordinación, dirección y control; al no contar con una herramienta adecuada para conseguir la eficiencia en su gestión administrativa, que enrumbe los esfuerzos de la organización hacia un horizonte específico para sobrevivir en un mercado que es cada vez más competitivo, por ende requiere de planes más estructurados y mejor enfocados a las necesidades de los clientes.

En el Ecuador las organizaciones son bastante similares, puesto que desarrollan sus actividades organizativas sin un direccionamiento estratégico, un plan de acción y sin utilizar los recursos necesarios para cumplir las metas planteadas. Al no tener un Plan Estratégico apropiado se considera que estas organizaciones no tienen claro la dirección empresarial, ni buscan definir de forma clara sus políticas, misión, visión y objetivos.

Por ende, muchas de las organizaciones desean lograr el éxito empresarial, sin embargo, carecen de planes para llegar a ser eficientemente productivos, en ocasiones se desaprovechan las oportunidades por falta de enfoque al mercado competitivo y se arriesgan a las amenazas que se encuentran en el entorno económico, ocasionando problemas que repercuten potencialmente al desarrollo de la organización por no aplicar un análisis externo e interno adecuado.

Dado esta problemática y debido al dinamismo que rodea el ambiente administrativo y las exigencias de un mundo cambiante, los entes públicos y privadas deben incorporar



nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados (Alvear, 2018).

La empresa KINDURCORP S. A., fue fundada el 14 de enero del 2004 en la ciudad de Guaranda. Es una empresa comercial que se ha dedicado a la venta y reparación de hardware y software en la ciudad de Guaranda, desde sus inicios ha tenido una gran acogida logrado así posicionarse en el mercado, alcanzando la solidez en sus actividades socioeconómicas.

En la actualidad la empresa en mención, ha presentado diversas falencias en su gestión en aspectos como la planificación, coordinación, dirección y control, debido que se ha observado que no cuenta con manuales de gestión que ayuden en los procesos administrativos y acciones empresariales, los cuales permiten tener un mejoramiento en la gestión administrativa y facilite la toma de decisiones adecuada.

La falta de un Plan Estratégico dentro de la organización se ha producido una descoordinación laboral por lo que no sabrán asignar valor ni importancia a sus tareas al mismo tiempo impide mejorar su gestión, liderar el mercado competitivo, también imposibilita lograr metas y objetivos de la empresa, sin embargo, se requiere se requiere estrategias que permita tener más oportunidades, fortalezas, debilitando las debilidades y amenazas.

Por los motivos antes mencionados, se ha perdido el reconocimiento en el mercado actual, lo cual conlleva hacia una perspectiva negativa frente al resto de competidores, esto ha ocasionado que no pueda expandirse en otros mercados a fin de garantizar su sostenibilidad en el tiempo, más aún cuando hoy en día lo que necesita es aprovechar de forma eficiente los recursos, para recuperar el número de ventas iniciales.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cómo influye el Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión en la empresa KINDURCORP S. A., de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, periodo 2023-2027?

## **1.3 Preguntas de Investigación**

¿Al crear un plan estratégico para la empresa KINDURCORP S. A. mejorará la gestión administrativa?

¿Es factible establecer la prospectiva estratégica, planificación estratégica y planeación estratégica en la empresa KINDURCORP S. A., desde el punto de vista técnico de los investigadores?

¿El desarrollo de planes estratégicos contribuyen a la generación, transformación y sistematización de los procesos administrativos para el logro de los objetivos propuestos?

## **1.5 Justificación**

La presente investigación trata de aprovechar todo el referente teórico existente sobre el plan estratégico y su gestión con el fin de adaptarlo a las necesidades y requerimientos de la empresa KINDURCORP S. A., y así poder elaborar su propia estrategia en función de los procesos de la planificación donde se logró identificar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades tanto internos como externos, misma que servirá de soporte para combatir los problemas encontrados en la empresa.

Esta investigación es importante porque se pone en práctica el manejo del Plan Estratégico que repercute directamente en la administración de la empresa KINDURCORP S. A., por tanto, se considera que a través de esta herramienta se administrará de una forma eficaz y eficiente.

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

Es por ello que se propone dicha investigación la cual se justifica mediante el impacto que va generar puesto que se pretende identificar los puntos débiles o principales cuello de botellas en las cuales puedan estar causando ineficiencia en la organización.

El presente trabajo de investigación servirá como una ayuda para el administrador de la empresa KINDURCORP S. A., para que el personal de la empresa logre efectuar una planificación, organización, coordinación y control que permita tener una gestión de calidad a las falencias existentes.

Este proyecto es factible debido a que se cuenta con un Plan Estratégico que permitirá realizar las actividades de forma coordinada, con la optimización de recursos que promueven en la empresa KINDURCORP S. A., también se llegará a tener un crecimiento positivo en la empresa, dando cumplimiento a las metas establecidas dentro de la organización.

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

Determinar la incidencia de un plan estratégico en la gestión administrativa de la empresa KINDURCORP S. A., de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, periodo 2023-2027.

### **1.6.2 Objetivo Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional de la empresa KINDURCORP S. A.
- Conceptualizar los referentes teóricos relacionados a la gestión administrativa expresado en diferente material bibliográfico.
- Proponer un plan estratégico, que permita el mejoramiento de gestión administrativa de la empresa KINDURCORP S. A.

## **1.7 Variables**

- **Variable Dependiente:** Mejoramiento de la gestión empresarial.
- **Variable Independiente:** Plan Estratégico.

### 1.7.1 Operacionalización de Variables

**Cuadro 1.**

*Operacionalización de variable dependiente e independiente*

| <b>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE</b>         |  |   |   |  |   |  |
|---|--|---|---|--|---|--|
| <b>Variables</b>                              | <b>Concepto</b>  | <b>Dimensiones</b>  | <b>Indicadores</b>  | <b>Técnica</b>   | <b>Instrumento</b>  |  |
| <b>Plan Estratégico</b>                       | Es una herramienta de gestión utilizada por las empresas que apoya en las adecuadas tomas de decisiones permitiendo la formulación e implementación de planes con el objetivo de alcanzar metas afrontando futuros escenarios. | Direccionamiento estratégico<br><br>Estructura organizacional<br><br>Análisis situacional | Misión, Visión, Objetivos y Metas<br><br>Órgano funcional<br><br>Matriz FODA<br><br>Las 5 fuerzas de Porter | Entrevista<br><br>Entrevista<br><br>Entrevista<br><br>Entrevista | Guía de entrevista<br><br>Guía de entrevista<br><br>Guía de entrevista<br><br>Matriz a utilizar |  |
| <b>Mejoramiento de la gestión empresarial</b> | Es la capacidad de dirigir distintas empresas para tener a flote desarrollando soluciones y planes de crecimiento con oportunidades para mejorar distintos procesos.   | Recurso<br><br>Productividad  | Humanos, Materiales, Financieros<br><br>Productos   | Entrevista<br><br>Entrevista                                     | Guía de entrevista<br><br>Guía de entrevista  |  |

*Nota: Operacionalización de Variables, elaborador: Arévalo Edison, Patin Edison*

## CAPITULO II.

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

En un estudio realizado en la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO titulado “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE INSPECPLANET CIA LTDA, UBICADO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, en el cual mediante un diagnóstico a las empresas los autores concluyen que no cuentan con una organización adecuada debido a temores que el gerente tiene, motivo por el cual no permite darse cuenta de ciertas fallas que son: organización administrativa, inexistencia de misión, visión, objetivos, ni metas establecidas, lo cual dificulta el desarrollo de procesos eficientes en la compañía, originando que la gestión de la misma se lleve a cabo en un ambiente de incertidumbre y sin metas establecidas, por otro lado se recomendó que se implementara y evaluara el cumplimiento de la planificación estratégica que se ha diseñado para la compañía. (Chunllo, 2018)

Por otro lado en el estudio llamado “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ESCUELA DE CONDUCCIÓN SERGIO OSWALDO ZAMBRANO BASURTO DEL S.CH.P.C” los autores concluyeron que las técnicas aplicadas para la identificación de los modelos de planificación estratégica relacionados a la investigación ayudaron a seleccionar el modelo más idóneo como fue el de Fred David, el mismo que se enfocó en tres componentes como: la formulación, implementación y evaluación de las estrategias propuestas a la escuela de conducción Sergio Oswaldo Zambrano Basurto del S.CH.P.C con la recomendación de identificar un modelo de gestión y reunir a un grupo de expertos para una ejecución efectiva. (Constantine & Ponce, 2019)

En el trabajo de investigación titulado “PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA MIALCA MECÁNICA INDUSTRIAL ÁNGEL LUNA C.A” se determinó que el problema identificado fue por un desnivel de vetan, al mismo tiempo las utilidades desfavorables para la empresa, por ende el objetivo es desarrollar un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión, por tanto al ejecutar el plan estratégico obtuvieron como resultado un flujos de efectivo proyectados en los dos escenarios al final del año 2021, presentan saldos finales positivos incluyendo la inversión del proyecto y lograron reformar y mejorar

varios aspectos de la empresa como: valores, políticas y objetivos de la empresa para el cumplimiento de la visión y misión de la misma, enfocados siempre al desarrollo y crecimiento de la empresa. (Jiménez & Pacheco, 2018)

En la misma línea, el estudio “DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA INGENIERÍA C&C CONSTRUCTIONS CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS”, menciona que las problemáticas halladas se encuentran la carencia de una planificación estratégica en la empresa ha disminuido oportunidades de crecimiento, inadecuada asignación de recursos, no fijar nuevos retos para el área administrativa y operativa en relación con las actividades que ejecuta; por los mismo el objetivo es diseñar un Plan Estratégico para el mejoramiento empresarial, por tanto como resultados se clarificó la misión ya que define la razón de ser de la empresa y a que se dedica, también la visión, que hace referencia a las metas que se plantea a largo plazo y, por último, los objetivos estratégicos son las metas desarrolladas a nivel estratégico para la empresa siendo medible y alcanzable. (Alvarado, 2020)

Finalmente, el estudio “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA FRATZOCONSULTING CÍA. LTDA., UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2018 - 2022”, identificó que existe una falta de previsión de eventos futuros, debido a que la empresa posee capital humano que desconoce la direccionalidad de la empresa, en cuanto a su misión, visión y filosofía organizacional, debido a que sus directivos no han realizado un adecuado proceso de transferencia filosófica a su personal, así mismo, la empresa no cuenta con personal capacitado sobre gestión estratégica, por lo que carecen de estrategias, procesos y procedimientos para la toma de decisiones de manera técnica, denotándose la carencia de una planeación estratégica, en tal razón es necesario diseñar un plan estratégico para la empresa con el objetivo de estructurar un plan táctico y planes operativos con su sistema de monitoreo y control. (Valenzuela, 2019)

## **2.2 Marco científico**

### **2.2.1 Plan estratégico**

Definición:

“Es un proceso de gestión que establece cuáles son las metas y objetivos de una organización y qué se debe hacer para lograrlos, y permite establecer acciones concretas” (Botin, 2022). Entre otras palabras, el plan estratégico es un instrumento para una correcta toma de decisiones dentro de las empresas.

### **2.2.2 Características de plan estratégico**

El mismo autor Botin (2022) enuncia las principales características y elementos básicos de un buen plan estratégico, en primer lugar, se encuentra 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 y finalmente, la planeación estratégica siempre se hace en equipo.

### **2.2.3 Beneficios**

Entre los beneficios se encuentran 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 y la organización de tu empresa será más disciplinada. (Botin, 2022)

### **2.2.4 Etapas estratégicas**

Como todo proceso tiene una serie de pasos, ahora describirán las etapas que debe cumplir un plan estratégico:

- “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”

Cabe mencionar que es indispensable siempre evaluar el desempeño que cada departamento ejecuta las acciones designadas.

### **2.2.5 Tipos de planes estratégicos**

Entre los planes se encuentran el de negocio, lo cual trata principalmente de cómo una empresa se acercará al mercado: dónde jugar y cómo ganar; después de encuentra el de marketing, donde lleva a cabo un proceso de creación de un plan que facilita un entendimiento común entre todas las partes interesadas de una organización; el financiero por su parte busca determinar cómo una empresa se administra a sí misma financieramente para garantizar que logre sus metas y objetivos tanto a corto como a largo plazo; el Operativo se ocupa principalmente de traducir con precisión la estrategia comercial en un plan de implementación cohesivo y procesable; el Logístico define como una empresa planea entregar productos o servicios a los clientes, en algunas empresas no requieren tantos pasos en la entrega del producto, mientras que otras tienen muchas etapas y pasos; y finalmente el De recursos humanos establece la dirección para todas las áreas clave de RRHH, incluida la contratación, la evaluación del desempeño, el desarrollo y la compensación. (Atico, 2020)

### **2.2.6 Elementos de plan estratégico**

Las partes de un plan estratégico estándar incluyen la Misión, visión y aspiraciones es decir es su formulación general y duradera de por qué existe tu empresa y qué espera ser, incluye las metas que deseas lograr y un esquema de cómo piensas cumplirlas; después se encuentra los Valores fundamentales que establecen los “deberes” y los “no deberes” centrales de tu empresa; seguidamente se encuentran las Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas debido que un análisis FODA es un resumen de la situación actual de la empresa, desde estas cuatro perspectivas clave; después es importante establecer Objetivos, estrategias y tácticas operativas que serán agrupadas a los medios generales que serán empleados para lograr los objetivos y, por lo tanto, su visión y finalmente, se buscarán Medidas y corrientes de financiación con el fin de incorporar un medio de seguimiento de la producción y el desempeño de tu empresa en comparación con los objetivos programados regularmente. (Atico, 2020)

### **2.2.7 Modelos de planeación estratégica**

La planificación estratégica no es más que un proceso de tomas de decisiones que ayuda a la organización a alcanzar los objetivos y metas establecidos ya sea a largo o corto plazo, estas estrategias se basan en la evaluación de las fortalezas y debilidades internas, así como la evaluación de amenazas y oportunidades externas de la organización.

Existen algunos modelos de la planificación estratégica y sus beneficios, el generalmente conocido es el beneficio del Balanced Scorecard el cual se caracteriza por ser “un cuadro de mando integral que permite evaluar el funcionamiento de la empresa, para realizar esta evaluación se toman en consideración los siguientes aspectos” según el autor (Berlitz, 2022) propone 4 perspectivas como se describen a continuación:

La Perspectiva financiera, evalúa el rendimiento de las inversiones, para esto existen indicadores porcentuales como el ROI (retorno sobre la inversión) y mide el valor añadido de la organización; la Perspectiva de los clientes el cual analiza el éxito del ejercicio empresarial con base en la satisfacción de los clientes y si están contentos con los productos o servicios que les entrega la empresa; la Perspectiva de los procesos por su parte mide la calidad del producto o servicio final, dimensiona el tiempo de respuesta del equipo operacional frente a las problemáticas y nuevos desafíos de impuestos y verifica el coste de los procesos de producción y operacionales y la 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. (Berlitz, 2022)

### **2.2.8 Mapa Estratégico**

Este modelo de planeación estratégica 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. (Berlitz, 2022)

## 2.2.9 Análisis PORTER

Este modelo es el paso previo para el análisis FODA, puesto que ayuda a identificar amenazas y oportunidades, también identifica si el modelo de negocio se encuentra en el océano azul midiendo el atractivo del mercado y 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 y clientes, y amenaza de nuevos productos y servicios. (Berlitz, 2022)

## 2.2.10 Análisis FODA

Este análisis permite construir la planeación estratégica con base en el análisis interno de la empresa frente al contexto del mercado; consiste en un cuadrante que identifica y enumera las fortalezas y debilidades de la empresa, y las entrelaza con las oportunidades y amenazas del mercado. Su función es desarrollar planes de acción enfocados a resolver los problemas situacionales de la organización en la industria; además, direcciona a la organización hacia su crecimiento, aprovechando las cualidades positivas y oportunidades del sector (Berlitz, 2022).

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

**Análisis FODA.** - Mediante esta herramienta estratégica se analizará los factores clave de éxitos internos para saber dónde estarán las debilidades y fortalezas, a su vez se analizará los factores críticos externos con el fin de conocer las oportunidades y amenazas, permitiendo identificar cuál es el indicador de éxito y el indicador del tipo de mercado.

*Figura 1.*

*Matriz FODA*



*Nota:* Matriz FODA (MarketPlus, 2022)

## 2.2.11 Gestión administrativa

### Definición

“Es el conjunto de tareas y actividades coordinadas que ayudan a utilizar de manera óptima los recursos que posee una empresa, con el fin de alcanzar los objetivos y obtener los mejores resultados” (Quiroa, 2020).

### Beneficio de la gestión administrativa

Los beneficios principales que una empresa obtiene para una adecuada gestión son:

Incremento de la productividad pues busca optimizar el funcionamiento de todas las actividades de la empresa para generar un incremento de la productividad, dado que se pueden modificar y adecuar todos los procesos que afectan en forma negativa la productividad; Centrarse en el logro de los objetivos lo cual se consigue teniendo una correcta planificación, un conjunto de estrategias bien definidas y un equipo de trabajo que opera de forma coordinada, todo esto en conjunto hace que los objetivos se alcancen en los tiempos previamente establecidos y finalmente, maximizar el uso de los recursos debido a que al tener bien definidos los objetivos, las estrategias y al tener los equipos de trabajo coordinado se pueden ahorrar todo tipo de recursos, tales como tiempo, dinero y recursos materiales, dado que todo se usa de manera más inteligente y eficaz. (Quiroa, 2020)

**Figura 2.**

*Gestión administrativa*



*Nota: Gestión Administrativo (Quiroa, 2020).*

## **Principios de la gestión Administrativa**

La gestión administrativa se rige por los siguientes principios:

### **1. Planificación**

Sin duda, se deberá realizar una planificación apropiada donde estén claramente delimitados los objetivos que se proponen alcanzar, así mismo se debe establecer las acciones que ayudarán al logro de estos objetivos previamente propuestos (Quiroa, 2020).

### **2. Coherencia**

Sobre todo, la asignación de tareas y responsabilidades deben ser establecidas de forma racional, de manera que todo empleado puede cumplir con su trabajo en los tiempos y en la forma estipulados en la planificación; todo esto debe estar en coherencia con los recursos financieros y materiales que posee la empresa (Quiroa, 2020).

### **3. Disciplina y orden**

Debe seguir una serie de reglas que deberán establecerse en forma sistemática y organizada, con el fin de que se puedan desarrollar todas las tareas metódicamente, puesto que solo de esa forma se puede lograr el alcance de los objetivos (Quiroa, 2020).

## **Objetivos de la gestión administrativa**

Los objetivos que se logra conseguir al implementar la gestión administrativa son:

Maximizar los procesos implementados en la gestión administrativa para lograr un mejor desempeño, mejorar el seguimiento y el control de los procedimientos internos de la organización asegurando una mejor evaluación de lo que se está haciendo, que el trabajo sea realice de manera más sencilla y eficaz, facilitando el logro de los objetivos y ofrecer mejores bienes y servicios al mercado, mediante la utilización de nuevas tecnologías que mejoren las tareas y los procesos. (Quiroa, 2020)

En fin, podemos decir que la gestión administrativa es parte fundamental de las organizaciones ya que por medio de la misma se puede coordinar todas las actividades usando de mejor manera los recursos y obteniendo buenos resultados.

### **2.3 Marco conceptual**

A continuación, se presenta a detalle los principales términos con sus respectivos conceptos que fueron utilizados en la presente investigación a fin que el lector tenga una mejor comprensión:

#### **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)

#### **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 de debe 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, 2020)

## **Estrategia de marketing**

Una estrategia de marketing es el estilo y el método que se usa para crear oportunidades de venta. Sirve para comunicar y posicionar los productos y servicios de una empresa, y se traduce en líneas operativas que permiten llegar a un mercado meta por los canales idóneos. (Isabel, 2021)

## **Proceso administrativo**

“El proceso administrativo es un conjunto de funciones administrativas dentro de una organización u empresa que buscan aprovechar al máximo los recursos existentes de forma correcta, rápida y eficaz” (Alvares, 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. (Ruiz, 2020)

## **Gestión**

“Gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo; al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera” (Porto, 2021).

## **Logístico**

“Los planes estratégicos logísticos definen cómo una empresa planea entregar productos o servicios a los clientes; algunas empresas no requieren tantos pasos en la entrega del producto, mientras que otras tienen muchas etapas y pasos” (Atico, 2020).

## 2.4 Marco legal

La presente investigación se fundamenta en las siguientes leyes:

### CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

#### TITULO I

#### ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

##### Capítulo primero Principios fundamentales

En el artículo 1 se menciona que: El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008).

Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO II), Arts. 605, 606, 607, 609, 610

##### Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

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

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

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



1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Garantizar y defender la soberanía nacional.
3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.
5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

## **Sección segunda**

### Consejo de Participación Ciudadana y Control Social

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

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

La selección de las consejeras y los consejeros se realizará de entre los postulantes que propongan las organizaciones sociales y la ciudadanía. El proceso de selección será organizado por el Consejo Nacional Electoral, que conducirá el concurso público de

oposición y méritos correspondiente, con postulación, veeduría y derecho, a impugnación ciudadana de acuerdo con la ley.

### **Sección quinta**

Intercambios económicos y comercio justo

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

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008).

### **Ley de compañías**

En todas las disposiciones de la Ley de Compañías y demás normas donde conste la frase "salarios mínimos vitales" dirá "salarios básicos unificados del trabajador en general". En todas las disposiciones de la Ley de Compañías y demás normas donde conste la frase "Superintendente de Compañías" dirá "Superintendente de Compañías y Valores", y en todas aquellas en las que conste "Superintendencia de Compañías" dirá "Superintendencia de Compañías y Valores". Dado por Disposición décima primera y décima segunda del Art. 144 de la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de mayo del 2014 (Ley de Compañías, 2018).

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

## SECCION IV

### DE LA COMPAÑIA ANONIMA

**Art. 143.-** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

**Art. 157.-** En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito. (Ley de Compañías, 2018)

### LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PROMULGADO Y PUBLICADO EN LOS SIUIENTES ARTÍCULOS

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

En cuanto al **Código de Trabajo**, en el **artículo 36** sobre los representantes de los empleadores se menciona que. - Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común; el empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador (CODIGO DE TRABAJO, 2012).

En cuanto al **artículo 44** de la Prohibiciones al empleador se detalla los siguientes literales:

- a. Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado.
- b. Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas.
- c. Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados.
- d. Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;
- e. Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración.
- f. Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura.
- g. Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- h. Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- i. Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo.

En cuanto al **artículo 45** de la Obligaciones del trabajador se menciona que. - Son obligaciones del trabajador que se detallan en los siguientes literales:

- a. Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmeros apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- b. Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
- c. Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley.
- d. Observar buena conducta durante el trabajo.

e. Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.

f. Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.

En cuanto al **artículo 62** del Trabajo en días y horas de descanso obligatorio, se menciona que: En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aun por concepto de trabajo a destajo, exceptuándose los casos contemplados en el artículo 52 de este Código (CODIGO DE TRABAJO, 2012).

En cuanto al **artículo 63** de Exhibición de horarios de labor se menciona que:

En todo establecimiento de trabajo se exhibirá en lugar visible el horario de labor para los trabajadores, así como el de los servicios de turno por grupos cuando la clase de labor requiera esta forma; las alteraciones de horario a que dar margen la interrupción y recuperación del trabajo serán publicadas en la misma forma; el trabajador tendrá derecho a conocer desde la víspera las horas fijas en que comenzará y terminará su turno, cuando se trate de servicios por reemplazos en una labor continua, quedándole también el derecho de exigir remuneración por las horas de espera, en caso de omitirse dichos avisos. (CODIGO DE TRABAJO, 2012)

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

En el **artículo 65** de los Días de descanso obligatorio se menciona que: Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre, lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales (CODIGO DE TRABAJO, 2012).

# **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN**

## **CAPITULO I**

### **DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

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

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

## **CAPITULO II**

### **POLÍTICAS PÚBLICAS E INSTITUCIONALIDAD DEL EMPREDIMIENTO**

En el **artículo 3** De los delegados de los miembros del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación se menciona que:

En caso de delegación por parte de la máxima autoridad de las instituciones miembros del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación -CONEIN-, esta será permanente y con capacidad de toma de decisiones, sin que dicha delegación impida la comparecencia de la máxima autoridad a las reuniones del CONEIN. En caso de delegación por las máximas autoridades de las instituciones del Gobierno Central integrantes del CONEIN, ésta tendrá rango de viceministro (LEY ORGÁNICA DE EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN, 2020).

### CAPÍTULO III

## DEL FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

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

1. *Ordinarias*: El CONEIN, sesionará en forma ordinaria una (1) vez cada dos meses, previa disposición de la o el presidente, cuya convocatoria será realizada por la o el secretario del CONEIN; las convocatorias a las sesiones deberán ser notificadas con una antelación de al menos cinco (5) días término.
2. *Extraordinarias*: Este tipo de sesiones deberán ser convocadas con una antelación de al menos tres (3) días término, previa disposición de la o el presidente, cuya convocatoria será realizada por la o el secretario del CONEIN.

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

1. 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.
2. Proponer al CONEIN los lineamientos relacionados con temas de competitividad, emprendimiento e innovación a ser implementados por los entes rectores.
3. Emitir información oportuna para el CONEIN.
4. Analizar ámbitos, temas, hechos y actores para establecer las mejores condiciones de toma de decisiones del CONEIN.
5. 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:

1. Ejercer la representación del CONEIN;
2. Disponer la convocatoria a las sesiones ordinarias y extraordinarias; y,
3. Las demás que consten en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y las que le asigne el CONEIN. (LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 2020)



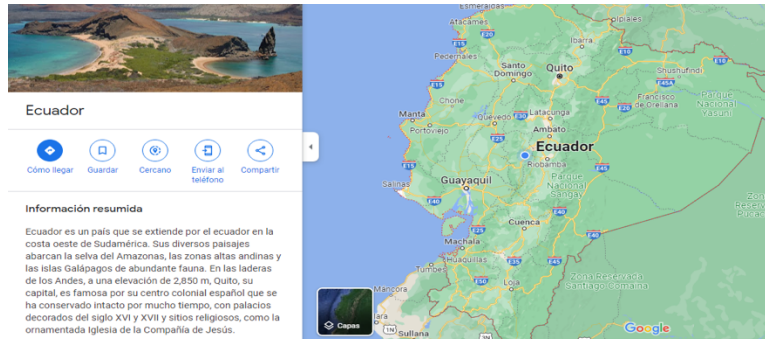
## 2.5 Marco georreferencial

La empresa Kindurcorp S. A., está ubicado en la provincia Bolívar cantón Guaranda por la vía Ambato Guaranda E491

### MAPA DEL ECUADOR

**Figura 3:**

*Mapa del Ecuador*

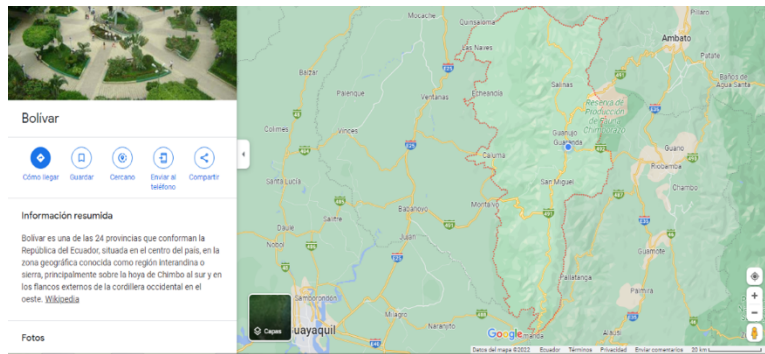


**Nota:** Google Maps

### MAPA DE LA PROVINCIA BOLÍVAR

**Figura 4.**

*Provincia Bolívar*

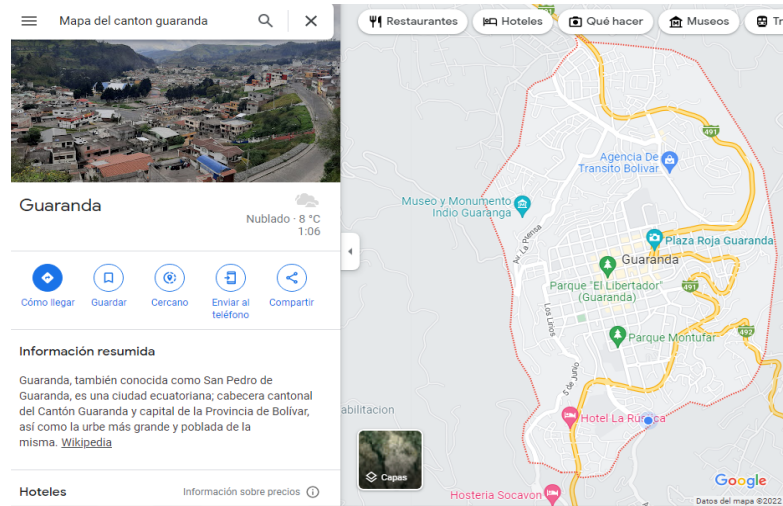


**Nota:** Google Maps

## MAPA DEL CANTÓN GUARANDA

Figura 5.

Cantón Guaranda

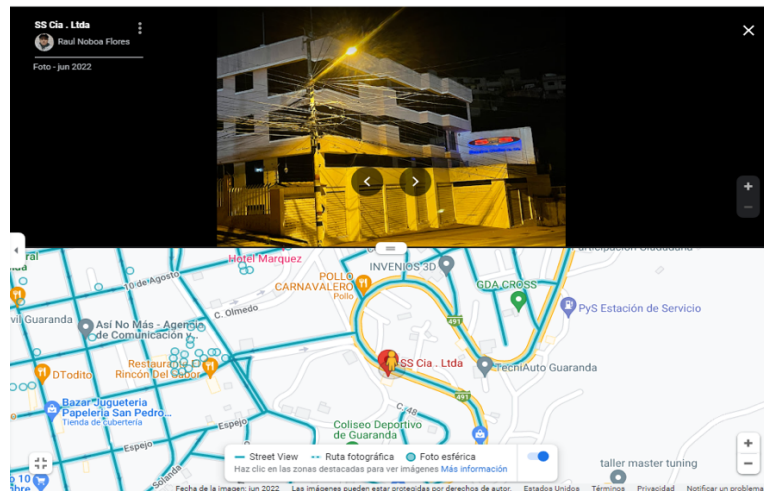


Nota: Google Maps

## UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Figura 6.

Ubicación de la empresa



Nota: Google Maps

**Ubicación de la Empresa KINDURCORP S. A. Casa Matriz**

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

## **CAPÍTULO III.**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

Para la realización de la presente investigación se aplicó la siguiente metodología.

##### **3.1.2 Investigación de Campo**

Este tipo de investigación permitió recopilar datos reales por mediante la entrevista al gerente y empleados; con el fin de recopilar información relevante acerca del tema de investigación. así mismo la encuesta aplicada a la población económicamente activa de la ciudad de Guaranda, que reveló los clientes más habituales de la empresa KINDURCORP S. A., que permitió conocer cuáles son los gustos y preferencias del mercado objetivo.

##### **3.1.3 Investigación Bibliográfica**

Esta investigación fundamentó el tema de investigación con el uso de libros especializados en planes estratégicos, revistas, tesis de grado, el internet y datos estadísticos en donde encontramos información referente al tema de investigación, cumpliendo con los objetivos planteados.

##### **3.1.4 Investigación descriptiva**

En este tipo de investigación se describe los hechos de la empresa KINDURCORP S. A., proceso a que tiene el mejoramiento de la gestión a fin de mejorar la compañía.

#### **3.2 Enfoque de la investigación**

Este trabajo de integración curricular se llevó a una mejor comprensión del problema objetivo y hallazgos de sondeo lo cual resalta el proceso cualitativo y cuantitativo, ya que se utilizaron técnica que ocuparon una posición dinámica.

La técnica cualitativa se utilizó para guiar la validación de los estudios y enfatizar los resultados, y este enfoque ocupará una posición estática.

### **3.3 Métodos de Investigación**

En la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

#### **3.3.1 Método Deductivo**

Este proceso de conocimiento que se forma por la observación de fenómenos particulares con el fin de llegar a conclusiones generales que pueden ser aplicadas a escenarios similares a la observada. Este método se utilizó en toda la investigación.

#### **3.3.2 Método Inductivo**

Este método facilitó identificar los problemas que tiene la empresa KINDURCORP S. A., en detalle desde sus partes hasta llegar a proponer estrategias para el mercado objetivo

#### **3.3.3 Método Analítico-Sintético**

Analiza la información recopilada acerca del problema planteado y los resultados de las investigaciones de campo, de tal manera que nos permite establecer las conclusiones y recomendaciones del mismo.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos**

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

#### **3.4.1 Encuesta**

Es una técnica que permitió recopilar información de la que se interroga de manera verbal o escrita con el fin de descubrir información verídica y necesario para la investigación

### 3.4.2 Entrevista

Se realizó a la máxima autoridad de la empresa KINDURCORP S. A., mismo que ocupa el cargo de gerente general el Ing. GUILLERMO SINMALEZA.

### 3.5 Universo, Población y Muestra

El universo está conformado por un total de 3 personas tanto directivos como empleados de la empresa KINDURCORP S. A.

#### *Cuadro 2.*

*Nómina de empleados*

| Nº | NOMBRE              | CARGO                 | Instrumento |
|----|---------------------|-----------------------|-------------|
| 1  | GUILLERMO SINMALEZA | Gerente General       | Entrevista  |
| 2  | MAYRA GONZALES      | Contadora/ secretaria | Entrevista  |
| 3  | FRANKLIN ARÉVALO    | Técnico de servicio   | Entrevista  |

*Nota: Nómina de Empleados, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### 3.5.1 Muestra

Para la presente entrevista y encuesta la muestra no fue necesaria ya que la población es finita y se lo ha realizado a todo el universo de la empresa

El universo para la encuesta se toma de base de datos de la empresa que tiene en promedio de 160 clientes que ingresan mensualmente

### 3.6 Procesamiento de la información

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

#### 3.6.1 Tabulación.

Se realizó mediante la aplicación del programa Microsoft Excel.

#### 3.6.2 Gráfico.

Se realizó mediante grafico de pasteles.

#### 3.6.3 Análisis.

Se detalla de forma clara y precisa.

## CAPITULO IV.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

##### 4.1.1 Entrevista al Gerente General de la empresa KINDURCORP S.A.

Para el resultado de esta guía de entrevista se ha tomado como reseña el criterio de la autoría máxima de la empresa, de acuerdo a los 16 ítems de carácter abierto

#### Cuadro 3.

Entrevista del Gerente

| NOMBRE   | FUNCIÓN            | PREGUNTA  | RESPUESTA  |
|--|--------------------|---|--|
| ING.<br>Guillermo<br>Bolívar<br>Sinmaleza<br>Sánchez | Gerente<br>General | ¿Como nació la idea de crear la empresa y dónde nace el nombre de la misma? | La empresa nace a raíz de emprendimiento familiar en cuanto su nombre se identifica a los apellidos de mis padres como es la corporación S & S.  |
|  |                    | ¿Qué tiempo lleva funcionando la empresa Kindurcorp?                        | La empresa lleva más de 25 años dentro del mercado generando empleo y brindado servicio de primera calidad, en lo que es hardware y software.  |
|  |                    | ¿Su empresa cuenta con Visión, Misión, Valores y principios?                | Si; a raíz de su creación se planteó en base a las necesidades de aquel momento, desde aquel entonces no se ha actualizado por tanto se necesita ser mejorado ya que estamos en un mundo de constante actualización. |
|  |                    | ¿La empresa cuenta con estructura organizacional?                           | Si, aunque los funcionarios cumplen varias funciones a la vez por ende se requiere una actualización.  |

---

|  |   |
|--|---|
| <p>¿Qué productos y servicios brinda la empresa y cuál es el más demandado?</p>                          | <p>Los productos que brindan son todo lo relacionado con hardware y software, y los servicios son de mantenimiento y reparación de la misma.<br/>Se puede decir que el producto o servicio más demandado es todo lo relacionado con software.</p> |
| <p>¿De dónde provienen los proveedores para la adquisición de equipos de cómputo y repuestos?</p>        | <p>La empresa como tal se maneja con proveedores nacionales e internacionales ya que estamos en constante actualización.</p>  |
| <p>¿Con cuántos proveedores cuentan actualmente la empresa y cuáles son sus principales proveedores?</p> | <p>La empresa en realidad cuenta con más de 100 proveedores nacionales e internacionales ya que el mercado es muy extenso, teniendo 10 proveedores que están en constante exportación con la empresa.</p>   |
| <p>¿Qué tiempo tarda en llegar los productos a su empresa?</p>   | <p>Dependiendo del lugar de procedencia si es nacional se tarda de 24 a 48 horas, si es internacional de 8 a 15 días</p>  |
| <p>¿Cuál es su segmento del mercado?</p>   | <p>La empresa con tal está enfocado a brindar sus servicios y productos a todas las personas naturales y entidad pública o privada.</p>   |
| <p>¿Los clientes que más ocupan su servicio son?</p>   | <p>Los clientes más frecuentes son estudiantes, docentes, profesionales y empresas a nivel local como nacional.</p>   |
| <p>¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de la empresa?</p>   | <p><b>Debilidades:</b><br/>No cuenta con una planificación estratégica e ineficiencia en la administración</p> <p><b>Fortalezas:</b><br/>Personal capacitado<br/>Infraestructura apropiada</p>  |

---

---

|  |  |
|--|--|
| <p>¿A su criterio cuales son las oportunidades y amenazas de la empresa?</p>   | <p>Ventas directas a nivel local y nacional</p> <p><b>Oportunidades:</b><br/> Apertura de nuevos mercados<br/> Contratos con entidades públicas y privadas<br/> Importación directa con proveedores internacionales</p> <p><b>Amenaza</b><br/> La competencia en mercado<br/> Crisis económicas<br/> Cambios de políticas por nuevos mandatarios</p> |
| <p>¿En qué parte se obstaculiza la gestión en la empresa actualmente?</p>  | <p>Recuperación de carteras<br/> En la adquisición de productos al momento de importar</p>   |
| <p>¿Considera que la aplicación de un plan estratégico mejora la gestión de la empresa?</p>                                    | <p>Definitivamente, si mejoraría ya que con el plan estratégico se contara con políticas y objetivos acorde a la situación actual de la empresa.</p>   |
| <p>¿Los recursos financieros con los que cuenta la empresa son suficientes para solventar problemas en la misma? ¿Por qué?</p> | <p>Si, porque las utilidades que genera la empresa son suficiente para cubrir cualquier necesidad o problema que atravesase la empresa.</p>  |

---

*Nota: Resultado de la Entrevista, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### **Análisis**

Mediante la entrevista se logró identificar ineficiencia en los procesos de la gestión que impide el perfeccionamiento de sus actividades, lo cual requiere el desarrollo de un plan estratégico que permitirá aprovechar las fortalezas, oportunidades, minimizando las amenazas y debilidades.



#### 4.1.2 Entrevista a los empleados de la empresa KINDURCORP S. A.

Para la entrevista se tomó como reseña el criterio de los empleados de la empresa.

##### Cuadro 4.

Entrevista a los empleados

| NOMBRE                       | FUNCIÓN                              | PREGUNTA   | RESPUESTA   |
|------------------------------|--------------------------------------|--|---|
| <b>Lic. Maira Gonzales</b>   | Secretaria<br>Contadora<br>Vendedora | ¿Conoce la Visión, Misión, Valores y Principios de la empresa?                                     | Si, ya que nuestra visión es apuntar al futuro, brindando servicios y productos de calidad.   |
|                              |                                      | ¿Ha experimentado situaciones de conflicto de cooperación con sus compañeros de trabajo?           | Conflictos no se ha dado ya que mantenemos una ética profesional y una comunicación adecuada.   |
|                              |                                      | ¿Si has recibido alguna capacitación por parte de la empresa?                                      | Si como somos una empresa de tecnología debemos estar en constante actualización y capacitación a nivel tecnológico. Se podría decir que si ya que la tecnología va avanzada y muchas cosas van cambiando desde las funciones como la atención y usos de hardware y software. |
| <b>Lic. Franklin Arévalo</b> | Técnico                              | ¿Usted se ha capacitado de forma independiente para su función de trabajo?                         | Si el logo en si nace de la compañía como tal que es HARDWARE SYSTEM S&S., y esto representa los apellidos de la familia.   |
|                              |                                      | ¿Sabe usted que significa el logo de la empresa Kindurcorp?  | Nuestra comunicación es muy buena en lo laboral ya que manejamos un ambiente laboral adecuado   |
|                              |                                      | ¿Mantiene una buena comunicación con el gerente de la empresa Kindurcorp?                          | La comprensión y la atención que brindamos como empresa en cuanto a brindar información y cotización de nuestros productos y servicios, brindando productos de calidad y a precios accesibles.  |
|                              |                                      | ¿Desde su perspectiva los clientes hoy en día que buscan en la compra de sus productos y servicio? |   |

*Nota: Resultado de la Entrevista, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### 4.1.3 Encuesta a los clientes de la empresa KINDURCORP S. A.

##### 1. ¿Conoce la empresa KINDURCORP S. A.?

*Tabla 1.*

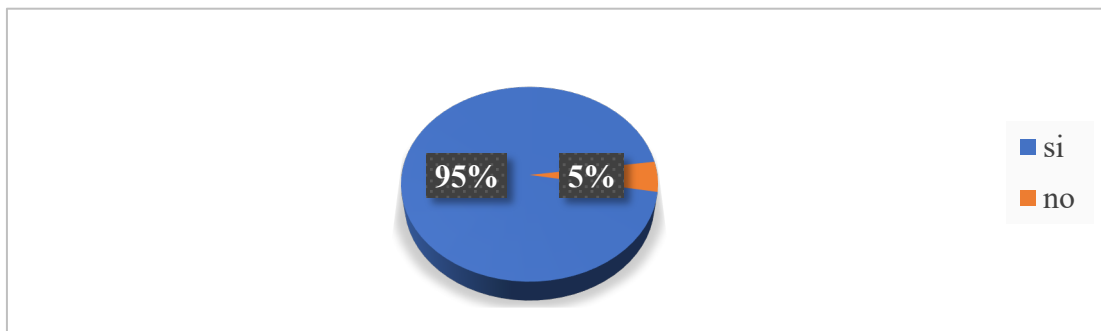
*Conocen la Empresa*

| Variables    | N°- Persona | Porcentaje  |
|--------------|-------------|-------------|
| Si           | 152         | 95%         |
| No           | 8           | 5%          |
| <b>Total</b> | <b>160</b>  | <b>100%</b> |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

*Figura 7.*

*Conocen la Empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### **Análisis e interpretación.**

La mayoría de las personas encuestadas indican que conocen a la empresa de forma presencial porque acudieron por un servicio o producto para satisfacer la necesidad requerida, por otro lado, una mínima parte no conoce la empresa de forma presencial porque ocupan su servicio de forma virtual.

## 2. ¿Por qué medio conoció a la empresa KINDURCORP S. A.?

**Tabla 2.**

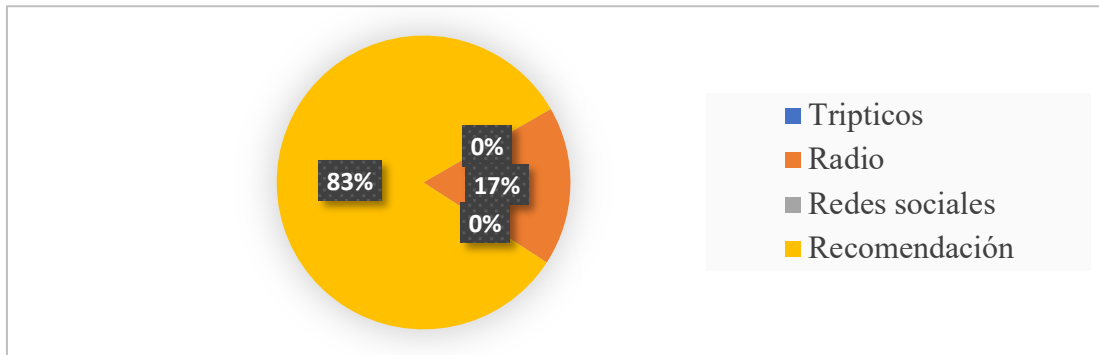
*Por qué medio conoció la empresa*

| Variables      | Nº- Persona | Porcentaje  |
|----------------|-------------|-------------|
| Trípticos      | 0           | 0%          |
| Radio          | 28          | 18%         |
| Redes sociales | 0           | 0%          |
| Recomendación  | 132         | 83%         |
| <b>Total</b>   | <b>160</b>  | <b>100%</b> |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 8.**

*Por qué medio conoció la empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### **Análisis e interpretación.**

La mayoría de clientes conocieron a la empresa por medio de recomendación de otra persona que garantizaron el servicio y su producto que es de calidad, por otro lado, también conocieron por la radio que promocionaba en ciertas temporadas, razón por la cual, la empresa requiere de una propuesta de acción continua con el fin de ser una institución competitiva en el mercado actual.

**3. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio que brinda la empresa en comparación con la competencia?**

**Tabla 3.**

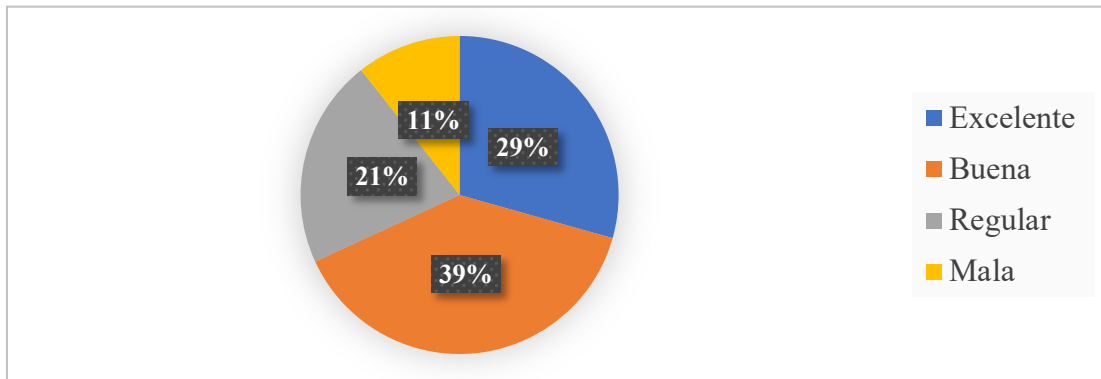
*Percepción de servicio de la empresa.*

| <b>Variables</b> | <b>N°- Persona</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|
| Excelente        | 47                 | 29%               |
| Buena            | 62                 | 39%               |
| Regular          | 34                 | 21%               |
| Mala             | 17                 | 11%               |
| <b>Total</b>     | <b>160</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 9.**

Percepción de servicio de la empresa



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis e interpretación.**

Mediante las encuestas realizadas a los clientes mencionan que su servicio comparado con las competencias es bueno y excelente ya sea en asesoría, mantenimiento, producto; porque comunican de una manera clara y precisa con la finalidad de llegar a satisfacer necesidad que tiene el cliente, por otro lado también tiene su contra en ciertas característica que no es a menudo porque los daños de fábrica es indispensable identificar al momento de vender, por lo mismo se aclara las garantías que tiene el producto o el servicio con el fin de evitar la desconfianza ante la empresa.

#### 4. ¿Con qué frecuencia visita la empresa?

**Tabla 4.**

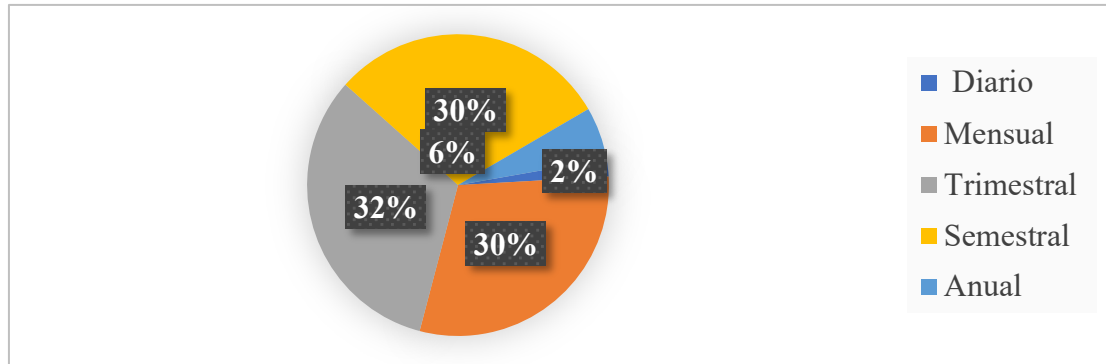
*Frecuencia de visita a la empresa*

| <b>Variables</b> | <b>N°- Persona</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|
| Diario           | 3                  | 2%                |
| Mensual          | 48                 | 30%               |
| Trimestral       | 52                 | 33%               |
| Semestral        | 48                 | 30%               |
| Anual            | 9                  | 6%                |
| <b>Total</b>     | <b>160</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 10.**

*Frecuencia de visita a la empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### **Análisis e interpretación.**

Con los datos obtenidos se identifica que la mayoría indica la frecuencia que acude a la empresa de manera mensual, trimestral, semestral y anual porque necesitan una actualización, instalación de software o mantenimiento y por último 3 de cada 10 acuden a diario para la asería técnica.

## 5. ¿Porque servicios acudió a la empresa y mencione?

**Tabla 5.**

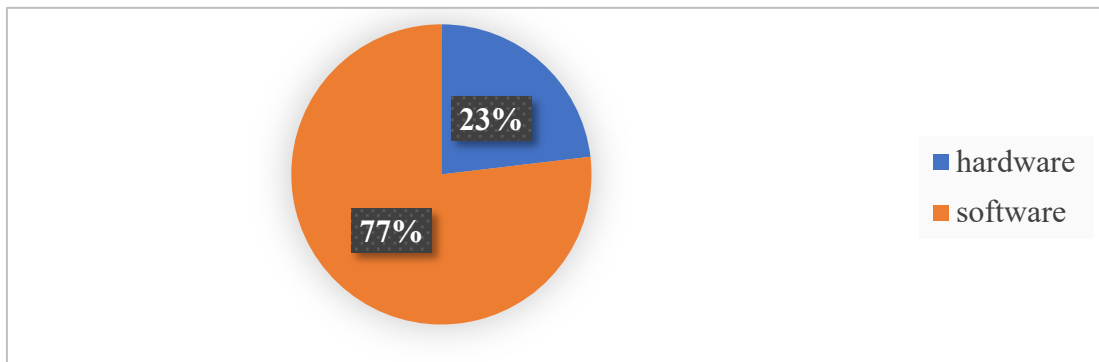
*Servicio que brinda la empresa*

| <b>Variables</b> | <b>N°- Persona</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|
| Hardware         | 37                 | 23%               |
| Software         | 123                | 77%               |
| <b>Total</b>     | <b>160</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 11.**

*Servicio que Brinda la empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### **Análisis: e interpretación.**

La mayoría de personas encuestadas acuden a la empresa porque necesitan del servicio que abarca lo relacionado a software y hardware ya sea de forma presencial o virtual por medio de programas como AnyDesk y otros que es eficiente para brindar servicio en línea, así demostrando que la parte de software es la más demanda en el mercado actual.

## 6. ¿Qué elementos toma en consideración al momento de visitar la empresa?

**Tabla 6.**

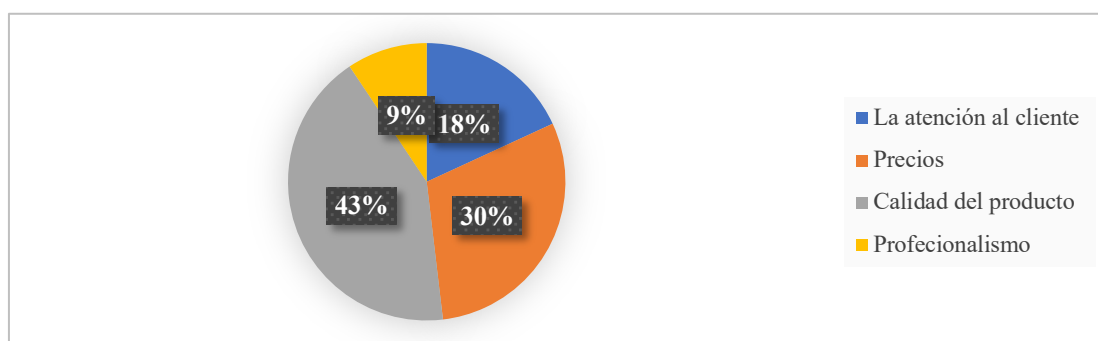
*Elemento que considera al momento de visitar*

| Variables              | Nº- Persona | Porcentaje  |
|------------------------|-------------|-------------|
| La atención al cliente | 29          | 18%         |
| Precios                | 48          | 30%         |
| Calidad del producto   | 68          | 43%         |
| Profesionalismo        | 15          | 9%          |
| <b>Total</b>           | <b>160</b>  | <b>100%</b> |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 12.**

*Elemento que considera al momento de visitar*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### **Análisis: e interpretación.**

Una parte de los encuestados han tomado en cuenta la calidad de producto y el precio, por lo mismo se cataloga como una empresa de excelente calidad ya sea por el producto o servicio que brinda en el mercado competitivo, por otro lado, consideran la atención al cliente y profesionalismo

**7. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares visitar la empresa KINDURCORP S. A.?**

**Tabla 7.**

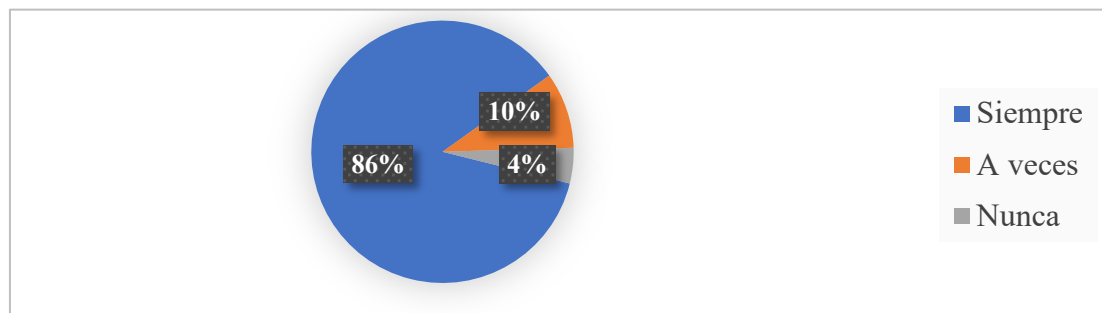
*Recomendaciones para que visite la empresa*

| <b>Variables</b> | <b>Nº- Persona</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|
| <b>Siempre</b>   | 138                | 86%               |
| <b>A veces</b>   | 15                 | 9%                |
| <b>Nunca</b>     | 7                  | 4%                |
| <b>Total</b>     | <b>160</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 13.**

*Recomendaciones para que visite la empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis: e interpretación.**

Una parte de personas encuestadas siempre tienen la intención de recomendar a los amigos también a persona que necesitan de un servicio o producto porque la empresa cumple con todas las perspectivas de un cliente ya sea en hardware y software, por otro lado, no tiene la intuición de recomendar porque no ha satisfecho la necesidad que tenían en el mismo tiempo ya sea por ciertas circunstancias.



**8. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido por el personal durante su visita?**

**Tabla 8.**

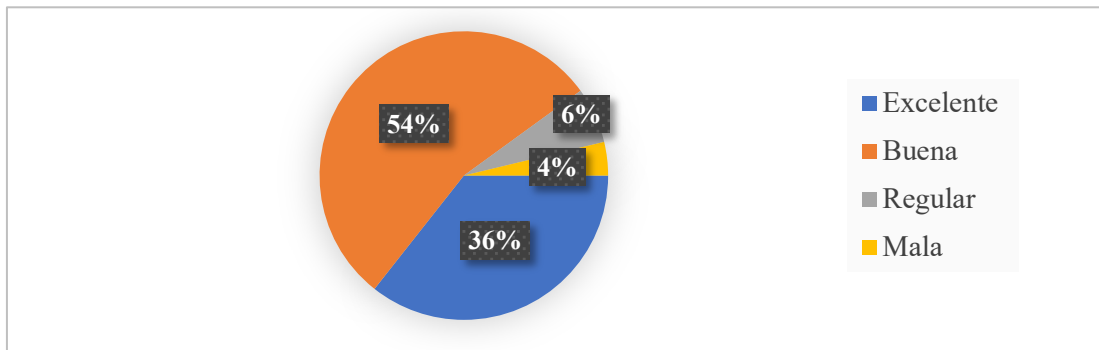
*Calificación de la empresa*

| <b>Variables</b> | <b>N°- Persona</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|--------------------|-------------------|
| Excelente        | 57                 | 36%               |
| Buena            | 87                 | 54%               |
| Regular          | 10                 | 6%                |
| Mala             | 6                  | 4%                |
| <b>Total</b>     | <b>160</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Figura 14.**

*Calificación de la empresa*



*Nota: Resultado de la encuesta, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis: e interpretación.**

La mayoría califican de una forma buena y excelente, siempre y cuando se de mejoras día a día ya que estamos en un mundo cambiante que requiere de contantes cambios en áreas tecnológico y conocimiento profesional.

**9. ¿Le gustaría hacer un comentario o sugerencia para la empresa KINDURCORP S. A.?**

- Cumplir con las fechas de entrega del producto al momento de la compra.
- Tener más variedad de productos tecnológicos
- Mejorar la atención al cliente

## **CAPITULO V.**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027.

#### **5.2 DATOS GENERALES**

##### **EMPRESA EJECUTORA**

- Empresa KINDURCORP S. A

##### **BENEFICIO DE LA PROPUESTA**

- Gerente de la empresa KNDURCORP S. A

##### **PROVINCIA**

- Bolívar

##### **CANTÓN**

- Guaranda

##### **RESPONSABLES DE LA PROPUESTA**

- Arévalo Agualongo Edison Javier
- Patin Chimbo Edison Anibal

## 5.3 OBJETIVOS

### 5.3.1 Objetivo general

Mejorar la gestión administrativa de la empresa KINDURCORP S. A, a través de un plan estratégico para el fortalecimiento empresarial.

### 5.3.1 Objetivos específicos

- Realizar un análisis interno y externo de la empresa Kindurcorp S. A.
- Determinar estrategias para el mejoramiento de la gestión administrativa
- Proponer un plan estratégico a la empresa KINDURCORP S.A.

## 5.4 Análisis de la empresa KINDURCORP S. A.

### 5.4.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Esta herramienta de gestión ayuda a la empresa a medir y analizar el nivel de competitividad y poder crear las mejores estrategias para aprovechar las oportunidades del mercado y minimizar las amenazas.

#### *Cuadro 5.*

*Nivel de calificación*

|          |                                |
|----------|--------------------------------|
| <b>5</b> | Muy alto / Bueno (precio-bajo) |
| <b>3</b> | Regular                        |
| <b>1</b> | Bajo / Malo (precios-altos)    |

*Nota: Rango de Calificación, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Tabla 9.**

*Rivalidad entre competidores*

| <b>Rivalidad entre los Competidores</b> |                  |             |             |                     |                   |                     |               |             |
|---|------------------|-------------|-------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------|-------------|
| VARIBLE<br>EMPRESA                      | ATEN.<br>CLIENTE | PRECIO      | CALIDAD     | PROFECIONALISM<br>O | V. DE<br>PRODUCTO | INFRAESTRUCTUR<br>A | UBICACIÓ<br>N | TOTAL       |
|   | 0,15             | 0,2         | 0,2         | 0,11                | 0,07              | 0,12                | 0,15          | <b>1</b>    |
| MIKEWEB                                 | 0,45             | 0,20        | 0,60        | 0,11                | 0,07              | 0,12                | 0,75          | <b>2,30</b> |
| ON DAY                                  | 0,45             | 0,60        | 0,60        | 0,33                | 0,35              | 0,60                | 0,75          | <b>3,68</b> |
| TECNO-SHOP                              | 0,75             | 1,00        | 0,20        | 0,55                | 0,35              | 0,36                | 0,75          | <b>3,96</b> |
| <b>PROMEDIOS</b>                        | <b>0,55</b>      | <b>0,60</b> | <b>0,47</b> | <b>0,33</b>         | <b>0,26</b>       | <b>0,36</b>         | <b>0,75</b>   | <b>3,31</b> |
| KINDURCORP<br>S. A.                     | 0,45             | 0,60        | 0,60        | 0,33                | 0,21              | 0,60                | 0,75          | <b>3,54</b> |

*Nota: Análisis de la Competencia, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis:**

Mediante el cuadro de rivalidad entre los competidores se logra identificar la posesión de la empresa ubicándose en tercer lugar frente a la competencia directa en el mercado por tanto se necesita mejorar en lo que concierne en atención de cliente, profesionalismo y variedad de producto, por ende, se requiere estrategias para hacer frenen a la competencia y liderar el mercado

**Tabla 10.**

*Ingreso de Nuevos Competidores*

| <b>Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores</b> |   |               |                           |                                   |                                 |                                   |                             |              |
|--|---|---------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------|
| <b>VARIBLE</b><br><b>EMPRESA</b>                 | <b>ATEN.</b><br><b>CLIENT</b><br><b>E</b> | <b>PRECIO</b> | <b>CALIDA</b><br><b>D</b> | <b>PROFECION</b><br><b>ALISMO</b> | <b>V. DE</b><br><b>PRODUCTO</b> | <b>INFRAESTRU</b><br><b>CTURA</b> | <b>UBICACIÓ</b><br><b>N</b> | <b>TOTAL</b> |
|  | 0,15                                      | 0,2           | 0,2                       | 0,11                              | 0,07                            | 0,12                              | 0,15                        | <b>1</b>     |
| NOVICOMP<br>U AMBATO                             | 0,45                                      | 0,20          | 1,00                      | 0,11                              | 0,07                            | 0,36                              | 0,15                        | <b>2,34</b>  |
| TECNOPRO   | 0,75                                      | 0,60          | 0,60                      | 0,33                              | 0,35                            | 0,60                              | 0,45                        | <b>3,68</b>  |
| COMPUTECH  | 0,15                                      | 1,00          | 0,20                      | 0,55                              | 0,35                            | 0,60                              | 0,45                        | <b>3,30</b>  |
| COMPUTR<br>ON                                    | 0,45                                      | 0,60          | 0,60                      | 0,11                              | 0,35                            | 0,36                              | 0,75                        | <b>3,22</b>  |
| <b>PROMEDI</b><br><b>O</b>                       | <b>0,45</b>                               | <b>0,60</b>   | <b>0,60</b>               | <b>0,33</b>                       | <b>0,26</b>                     | <b>0,52</b>                       | <b>0,35</b>                 | <b>3,21</b>  |
| KINDURCO<br>RP S. A.                             | 0,45                                      | 0,60          | 0,60                      | 0,33                              | 0,21                            | 0,60                              | 0,75                        | <b>3,54</b>  |

*Nota: Amenazas de Nuevos Competencia, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis:**

En cuanto a la amenaza de ingreso de nuevos competidores se logra identificar la posición de la empresa en segundo lugar, sin embargo, necesita aplicar nuevas estrategias ya que estamos en un mundo tan cambiante y en constante actualización.

**Tabla 11.**

*Nuevos Productos Sustitutos*

| <b>Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos</b> |   |               |                |                                   |  |                                   |                            |              |
|---|---|---------------|----------------|-----------------------------------|--|-----------------------------------|----------------------------|--------------|
| <b>VARIBLE</b><br><b>EMPRESA</b>              | <b>ATEN.</b><br><b>CLIEN</b><br><b>TE</b> | <b>PRECIO</b> | <b>CALIDAD</b> | <b>PROFECION</b><br><b>ALISMO</b> | <b>V. DE</b><br><b>PRODUCT</b><br><b>O</b> | <b>INFRAESTRU</b><br><b>CTURA</b> | <b>UBIACIÓ</b><br><b>N</b> | <b>TOTAL</b> |
|   | 0,15                                      | 0,2           | 0,2            | 0,11                              | 0,07                                       | 0,12                              | 0,15                       | <b>1</b>     |
| MAKROTEC<br>H                                 | 0,45                                      | 1,00          | 0,60           | 0,33                              | 0,07                                       | 0,12                              | 0,75                       | <b>3,32</b>  |
| ARELY<br>MULTIMEDI<br>A                       | 0,15                                      | 0,60          | 0,20           | 0,55                              | 0,21                                       | 0,36                              | 0,45                       | <b>2,52</b>  |
| TECNI –<br>ICEMA                              | 0,45                                      | 0,60          | 0,60           | 0,55                              | 0,21                                       | 0,12                              | 0,15                       | <b>2,68</b>  |
| <b>PROMEDIO</b>                               | <b>0,35</b>                               | <b>0,73</b>   | <b>0,47</b>    | <b>0,48</b>                       | <b>0,16</b>                                | <b>0,20</b>                       | <b>0,45</b>                | <b>2,84</b>  |
| KINDURCO<br>RP S. A.                          | 0,45                                      | 0,60          | 0,60           | 0,33                              | 0,21                                       | 0,60                              | 0,75                       | <b>3,54</b>  |

*Nota: Amenaza de Productos, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis:**

Ante las empresas sustitutas la empresa KINDURCORP S. A. lidera el mercado evitando amenazas a futuro ya que la calidad de productos y servicios son superiores a lo que ofrecen dichas empresas.

**Tabla 12.**

*Negociación de los Proveedores*

| <b>Poder de Negociación de los Proveedores</b> |                  |             |             |                     |                   |                     |               |             |
|--|------------------|-------------|-------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------|-------------|
| VARIBLE<br>EMPRESA                             | ATEN.<br>CLIENTE | PRECIO      | CALIDAD     | PROFECIONA<br>LISMO | V. DE<br>PRODUCTO | INFRAESTRUC<br>TURA | UBICACIÓ<br>N | TOTAL       |
|  | 0,15             | 0,2         | 0,2         | 0,11                | 0,07              | 0,12                | 0,15          | <b>1</b>    |
| TEKBOSS  | 0,45             | 1,00        | 0,60        | 0,33                | 0,07              | 0,36                | 0,45          | <b>3,26</b> |
| NIKOTRON S.A                                   | 0,75             | 0,60        | 0,60        | 0,33                | 0,21              | 0,12                | 0,75          | <b>3,36</b> |
| DELL<br>TECHNOLOGIE<br>S                       | 0,15             | 0,60        | 1,00        | 0,55                | 0,21              | 0,36                | 0,75          | <b>3,62</b> |
| OUTLETECUAD<br>OR                              | 0,45             | 1,00        | 0,20        | 0,11                | 0,35              | 0,60                | 0,75          | <b>3,46</b> |
| <b>PROMEDIO</b>                                | <b>0,45</b>      | <b>0,80</b> | <b>0,60</b> | <b>0,33</b>         | <b>0,21</b>       | <b>0,36</b>         | <b>0,68</b>   | <b>3,43</b> |

*Nota: Análisis de Proveedores, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis:**

Con la información brindada por la empresa se logra identificar a los proveedores potenciales por tanto la empresa necesita planificar estrategias con proveedores que brinden calidad, variedad de productos a precios que permita generar más rentabilidad, sobre todo facilitando la llegada de producto en el menor tiempo posible.



**Tabla 13.**

Negociación del Consumidor

| <b>Poder de Negociación del Consumidor</b> |                                |               |                |                                   |                                 |                                   |                             |                         |
|--|--------------------------------|---------------|----------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| <b>VARIBLE</b><br><b>EMPRESA</b>           | <b>ATEN.</b><br><b>CLIENTE</b> | <b>PRECIO</b> | <b>CALIDAD</b> | <b>PROFECION</b><br><b>ALISMO</b> | <b>V. DE</b><br><b>PRODUCTO</b> | <b>INFRAESTRU</b><br><b>CTURA</b> | <b>UBICACIÓ</b><br><b>N</b> | <b>TOTA</b><br><b>L</b> |
|  | 0,15                           | 0,2           | 0,2            | 0,11                              | 0,07                            | 0,12                              | 0,15                        | <b>1</b>                |
| ESTUDIANTES                                | 0,45                           | 0,20          | 0,60           | 0,33                              | 0,21                            | 0,36                              | 0,75                        | <b>2,90</b>             |
| DOCENTES                                   | 0,45                           | 1,00          | 1,00           | 0,55                              | 0,21                            | 0,60                              | 0,45                        | <b>4,26</b>             |
| PROFECIONAL<br>ES                          | 0,45                           | 1,00          | 1,00           | 0,55                              | 0,35                            | 0,36                              | 0,75                        | <b>4,46</b>             |
| EMPRESA                                    | 0,45                           | 1,00          | 1,00           | 0,55                              | 0,07                            | 0,60                              | 0,45                        | <b>4,12</b>             |
| <b>PROMEDIO</b>                            | <b>0,45</b>                    | <b>0,80</b>   | <b>0,90</b>    | <b>0,50</b>                       | <b>0,21</b>                     | <b>0,48</b>                       | <b>0,60</b>                 | <b>3,94</b>             |

*Nota: Análisis del Consumidor, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Análisis:**

En cuanto a la negociación con los clientes se puede identificar que tenemos una gran acogida con profesionales y docentes ya que satisfacemos en su totalidad las necesidades requeridas por el mismo.

### 5.4.2 Análisis de la matriz FODA

La matriz FODA nos ayudó a identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización, analizando la situación actual que atraviesa la empresa, ya que nos permitió establecer estrategias para la formulación de un plan de acción.

**Cuadro 6.**

*Matriz FODA*

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>DEBILIDADES</b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con infraestructura adecuada.</li> <li>• Cuenta con personas capacitadas</li> <li>• Cuentan con convenios tanto en el sector público como en lo privado.</li> <li>• Prestan productos y servicios con garantía y de calidad.</li> <li>• Cuentan con capital de trabajo propios</li> <li>• Disposición para adaptarse a los cambios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promociones</li> <li>• Poca capacitación en el área de atención al cliente</li> <li>• La empresa no cuenta con organigrama funcional actualizado</li> <li>• Los empleados no tienen claro su misión y visión.</li> <li>• Falta de personal en áreas específicas.</li> <li>• Falta de estrategias para el cumplimiento de objetivos y metas</li> <li>• Falta de planificación para la recaudación.</li> <li>• Inadecuado control de la gestión para medir el grado cumplimiento de objetivos.</li> </ul> |
| <b>OPORTUNIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados.</li> <li>• Vínculos familiar y social.</li> <li>• Aprovechar los cambios tecnológicos</li> <li>• Establecer un sistema administrativo abierto con el fin de satisfacer las necesidades del entorno.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económica.</li> <li>• Cambios de gobernantes.</li> <li>• Cambios de directores con entidades que mantienen convenios.</li> <li>• Ingresos de nuevos competidores</li> </ul>   |

*Nota: Análisis FODA, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### 5.4.3 Análisis de evaluación de factores internos

**Tabla 14.**

*Evaluación de factores internos*

| <b>FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO</b>  | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Total/Ponderado</b> |
|---|-------------|---------------------|------------------------|
| <b>FORTALEZAS</b>   |             |                     |                        |
| Cuentan con infraestructura adecuada.   | 0,05        | 4                   | 0,20                   |
| Cuneta con personas capacitadas   | 0,06        | 3                   | 0,18                   |
| Cuentan con convenios tanto en el sector público como en lo privado.            | 0,07        | 4                   | 0,28                   |
| Prestan productos y servicios con garantía y de calidad.                        | 0,05        | 3                   | 0,15                   |
| Cuentan con capital de trabajo propios  | 0,07        | 4                   | 0,28                   |
| Disposición para adaptarse a los cambios  | 0,05        | 4                   | 0,20                   |
| <b>DEBILIDADES</b>  |             |                     |                        |
| Falta de promociones  | 0,09        | 4                   | 0,36                   |
| Poca capacitación en el área de atención al cliente                             | 0,06        | 4                   | 0,24                   |
| La empresa no cuenta con organigrama funcional actualizado                      | 0,10        | 4                   | 0,40                   |
| Los empleados no tienen claro su misión y visión.                               | 0,06        | 3                   | 0,18                   |
| Falta de personal en áreas específicas.   | 0,09        | 4                   | 0,36                   |
| Falta de estrategias para el cumplimiento de objetivos y metas                  | 0,10        | 4                   | 0,40                   |
| Falta de planificación para la recaudación.                                     | 0,08        | 3                   | 0,24                   |
| Inadecuado control de la gestión para medir el grado cumplimiento de objetivos. | 0,07        | 3                   | 0,21                   |
| <b>Total</b>  | <b>1</b>    |                     | <b>3,68</b>            |

*Nota: Evaluación de Factores internos, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

## **Análisis**

Con el cuadro de evaluación de factores internos se logra identificar debilidades fuertes dando como mayor peso, a que la empresa no cuenta con un organigrama funcional actualizado causando ineficiencia de funciones en áreas específicas, además la falta de promociones y estrategias generara incumplimiento de objetivos y metas, causando debilidad a las fortalezas de la empresa, facilitando la elaboración de un plan estratégico.

### ***Cuadro 7.***

*Rango de equivalencia internos*

| Clasificación     | Peso                |
|-------------------|---------------------|
| 1=No importante   | 0=Sin importancia   |
| 2=Poco importante | 1=Muy importante    |
| 3=Importante      | Rango de Equilibrio |
| 4=Muy importante  | 3,68                |

*Nota: Rango de Calificación, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### 5.4.4 Análisis de evaluación de factores externos

**Tabla 15.**

*Matriz de evaluación de factores internos*

| <b>FACTORES CRÍTICOS<br/>PARA EL ÉXITO</b>  | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Total/ponderado</b> |
|---|-------------|---------------------|------------------------|
| <b>OPORTUNIDADES</b>  |             |                     |                        |
| Apertura de nuevos mercados.  | 0,17        | 3                   | 0,51                   |
| Vínculos familiar y social.   | 0,12        | 3                   | 0,36                   |
| Aprovechar los cambios tecnológicos.  | 0,15        | 4                   | 0,60                   |
| Establecer un sistema administrativo abierto con el fin de satisfacer las necesidades del entorno | 0,10        | 4                   | 0,40                   |
| <b>AMENAZAS</b>   |             |                     |                        |
| Crisis económica.   | 0,13        | 3                   | 0,39                   |
| Cambios de gobernantes.   | 0,11        | 3                   | 0,33                   |
| Cambios de directores con entidades que mantienen convenios                                       | 0,12        | 4                   | 0,48                   |
| Ingresos de nuevos competidores.  | 0,10        | 4                   | 0,40                   |
| Total   | 1           |                     | 3,47                   |

*Nota: Evaluación de Factores Externos, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

## **Análisis**

Con la aplicación de la matriz de evaluación de factores externos se identificó amenazas externas que son incontrolables ya que la crisis económica provoca un estancamiento económico prolongado, además el ingreso de nuevos competidores y los cambios de directores con empresa que mantiene convenios reduce la demanda en el mercado. Por otro lado, la empresa cuenta con oportunidades para enfrentar estas amenazas ya que está en la capacidad de apertura nuevos mercados estableciendo un sistema administrativo abierto, aprovechando los cambios tecnológicos.

### **Cuadro 8.**

*Rango de equivalencia externo*

| Clasificación     | Peso                      |
|-------------------|---------------------------|
| 1=No importante   | <b>0</b> =Sin importancia |
| 2=Poco importante | <b>1</b> =Muy importante  |
| 3=Importante      | Rango de Equilibrio       |
| 4=Muy importante  | 3,47                      |

*Nota: Rango de Calificación, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### 5.4.5 Análisis de Matriz FODA (CRUZADO)

**Cuadro 9.**

*Matriz FODA (cruzada)*

|                |  |  |
|----------------|--|--|
| <b>INTERNO</b> | <b>FORTALEZAS</b>  | <b>DEBILIDADES</b>   |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con infraestructura adecuada.</li> <li>• Cuentan con personas capacitadas</li> <li>• Cuentan con convenios tanto en el sector público como en lo privado.</li> <li>• Prestan productos y servicios con garantía y de calidad.</li> <li>• Cuentan con capital de trabajo propios</li> <li>• Disposición para adaptarse a los cambios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promociones</li> <li>• Poca capacitación en el área de atención al cliente</li> <li>• La empresa no cuenta con organigrama funcional actualizado</li> <li>• Los empleados no tienen claro su misión y visión.</li> <li>• Falta de personal en áreas específicas.</li> <li>• Falta de estrategias para el cumplimiento de objetivos y metas</li> <li>• Falta de planificación para la recaudación.</li> <li>• Inadecuado control de la gestión para medir el grado cumplimiento de objetivos</li> </ul> |
| <b>EXTERNO</b> |  |  |

| OPORTUNIDADES  | ESTRATEGIA FO (OFENSIVO)  | ESTRATEGIA DO (REORIENTACIÓN)  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados.</li> <li>• Vínculos familiar y social.</li> <li>• Aprovechar los cambios tecnológicos</li> <li>• Establecer un sistema administrativo abierto con el fin de satisfacer las necesidades del entorno.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la facilidad de apertura de nuevos mercados (F2, F5; O1, O2).</li> <li>• Participar en ferias empresariales para dar realce la imagen de la empresa a nivel nacional. (F1, F4, O1, O3)</li> <li>• Crear vínculos sociales y adaptarse a los cambios constantes de la tecnología (F6, O2)</li> <li>• Crear proyectos que vinculen a la empresa con nuevas entidades. (F3, O3, O4)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar promociones estratégicas para nuevos mercados (D1; O1, O3).</li> <li>• Desarrollar una planificación estratégica que ayude a mejorar en el área administrativo de la empresa (D6, D8; O3)</li> <li>• Desarrollar capacitaciones en áreas específicas. (D2; O3)</li> <li>• Implementar un organigrama funcional acorde a la necesidad de la empresa. (D3; O3, O4).</li> <li>• Realizar acciones para da a conocer la misión, visión y objetivos actualizados a la empresa (D4; O3)</li> <li>• Implementar acciones preventivas destinado al control administrativo de la empresa (D5, D6, O4)</li> </ul> |
| <b>AMENAZAS</b>  | <b>ESTRATEGIA FA (DEFENSIVO)</b>  | <b>ESTRATEGIA DA (SUPERVIVENCIA)</b>   |



|   |  |  |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económica.</li> <li>• Cambios de gobernantes.</li> <li>• Cambios de directores con entidades que mantienen convenios.</li> <li>• Ingresos de nuevos competidores</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar los convenios en beneficio a la empresa (F3; A2, A3)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una planificación estratégica para poder afrontar una crisis económica que se presente (D1, D6, A1)</li> <li>• Desarrollar un adecuado control de procesos (D8, A3, A4)</li> <li>• Implementar estrategia para la recuperación de carteras vencidas (D7; A1, A2, A3)</li> </ul> |
|---|--|--|

*Nota: Matiz FODA (cruzada), elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

### **5.3 Desarrollo de la propuesta**

#### **5.3.1 Nombre de la empresa**

KINDURCORP S. A.

#### **5.3.2 Logotipo propuesto**

Es la identificación de la empresa para darse a conocer en el mercado a nivel local y nacional.

*Figura 15.*

*Logotipo propuesto*



*Nota: Logotipo propuesto, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

#### **Misión Propuesta**

“Somos una empresa dedicada a prestar servicios de hardware y software, realizando mantenimiento preventivo, correctivo y ventas de las misma, cubriendo las necesidades de los clientes de manera eficaz, eficiente y de calidad.”

#### **5.3.3 Visión Propuesta**

“Al año de 2028 la empresa Kindurcorp S.A. será una empresa líder en el mercado de la informática, satisfaciendo las necesidades del cliente, brindado atención de calidad y una supervisión constante de hardware y software.”

#### 5.3.4 Objetivos estratégicos

- Liderar el mercado local y nacional ofreciendo productos y servicios de hardware y software de calidad
- Mejorar los procesos internos de la empresa de forma continua, y lograr la satisfacción de los clientes, generando confianza en la empresa
- Controlar los procesos internos a fin de optimizar el uso de recursos

#### 5.3.5 Valores organizacionales propuesto

Los valores son muy importantes ya que nos orienta y define la forma de trabajar, mejorando la relación con el personal y poder alcanzar el logro del éxito organizacional.

Los principales valores que deben poseer la empresa son:

**Honestidad:** Nuestro trabajo se realiza con transparencia en cada una de sus operaciones.

**Trabajo en equipo:** La colaboración de todos mejora el trabajo y se cumple con los logros establecidos.

**Respeto:** Valoramos a cada persona y entendemos sus diferencias sociales, culturales, religiosos y de pensamiento.

**Responsabilidad:** realizamos nuestro trabajo con dedicación en el tiempo establecido acorde a nuestro compromiso con la empresa.

**Confianza:** ofrecemos los mejores productos y servicios con precios justos y accesibles para el cliente incrementando la participación en el mercado.

**Actitud de liderazgo:** estamos en constante mejoramiento continuo para cumplir con los objetivos de la organización.

La cultura organizacional se fundamenta con valores corporativos que enmarca el direccionamiento de la organización, todos deben practicar estos valores ya que forma parte de la vida del día a día dentro de la organización.

### **5.3.6 Principios organizacionales propuesto**

- La disciplina es primordial dentro de la organización para lograr la excelencia en todos sus procesos.
- La calidad de productos y servicios es primordial para obtener la satisfacción total de nuestros clientes.
- Con responsabilidad y dedicación se logra los objetivos establecidos en la organización.

### **5.3.7 Diseño de las políticas de la organización propuesto**

Las políticas de la organización son normas que orienta a todos los trabajadores a implementar la estrategia y alcanzar los objetivos.

A continuación, se elabora las políticas orientadas al desarrollo organizacional.

Políticas generales

Propósito. – Informar y practicar las políticas con todos los empleados de la organización.

Exposición de las políticas

La administración desarrollara la estructura organizacional de la empresa con el fin de que las actividades se desarrollen de manera eficiente cumpliendo con las necesidades de los clientes.

Las tareas y responsabilidades de los trabajadores, deberán distribuirse de acuerdo a las habilidades y destrezas de cada empleado, evitando las duplicaciones de funciones.

El cumplimiento de los objetivos organizacionales y el desarrollo del personal estarán en constante evaluación por la administración para garantizar la corrección y la mejora continua de los proceso y actividades.

Para un adecuado manejo de las políticas lo hemos clasificado de la siguiente manera:

### **Políticas administrativas**

Propósito. – Establecer procesos que permita a la organización contar con la logística adecuada para promover al personal un ambiente de trabajo adecuado.

### **Exposición de políticas**

Crear un ambiente de trabajo amena para el desarrollo laboral y personal

Adecuada administración de recursos humanos, tecnológicos, recursos materiales y recursos logísticos para el mejoramiento continuo de la organización.

La atención al cliente es lo primordial dentro de la organización generando mayor rentabilidad.

### **Políticas de servicio**

Propósito. – Ofrecer un servicio personalizado cumpliendo con eficacia y eficiencia la gestión del servicio al cliente que estimule el progreso y crecimiento de la organización.

### **Exposición de políticas**

Lo primordial dentro de la organización es el cliente, su mayor preocupación debe enfocarse en la satisfacción total del cliente.

El servicio y la atención al cliente es muy importante para la organización por ende estarán en constante capacitación todo el personal que mantiene contacto directo con los clientes.

El desempeño de las actividades de la organización y en especial cuando haya contrato directo con el cliente se debe actuar con amabilidad y cordialidad.

### **Políticas de trabajadores**

Propósito. – Desarrollar y compartir el marco normativo de la empresa.

### **Exposición de las políticas**

Puntualidad

## **Respeto a las autoridades**

El desempeño de los empleados será evaluado para verificar su productividad, capacidad y destrezas que posee con respecto al puesto que ocupa.

Ningún empleado podrá sacar de las instalaciones de la empresa material o cualquier producto o equipo sin su respectiva autorización.

La presentación de higiene del personal es importante ya que figura la representación de la empresa.

Si va a faltar debe comunicar anticipadamente con su superior para no tener inconvenientes.

Si se da el caso de que faltará tres días seguidos sin su respectiva justificación será despedido de la empresa.

Cuidar la infraestructura como las herramientas de trabajo asignado por los jefes.

En caso de perder alguna herramienta o equipo será descontado de su sueldo la persona encargada de la misma.

El personal tiene que estar en constante capacitación en las áreas que se desempeñan haciendo énfasis en el trato al cliente.

Mantener un trabajo en equipo acorde a las necesidades.

Ayudar a prevenir problemas que puedan derivar en denuncias de discriminación.

Limitar su responsabilidad en el caso de que se presente una denuncia.

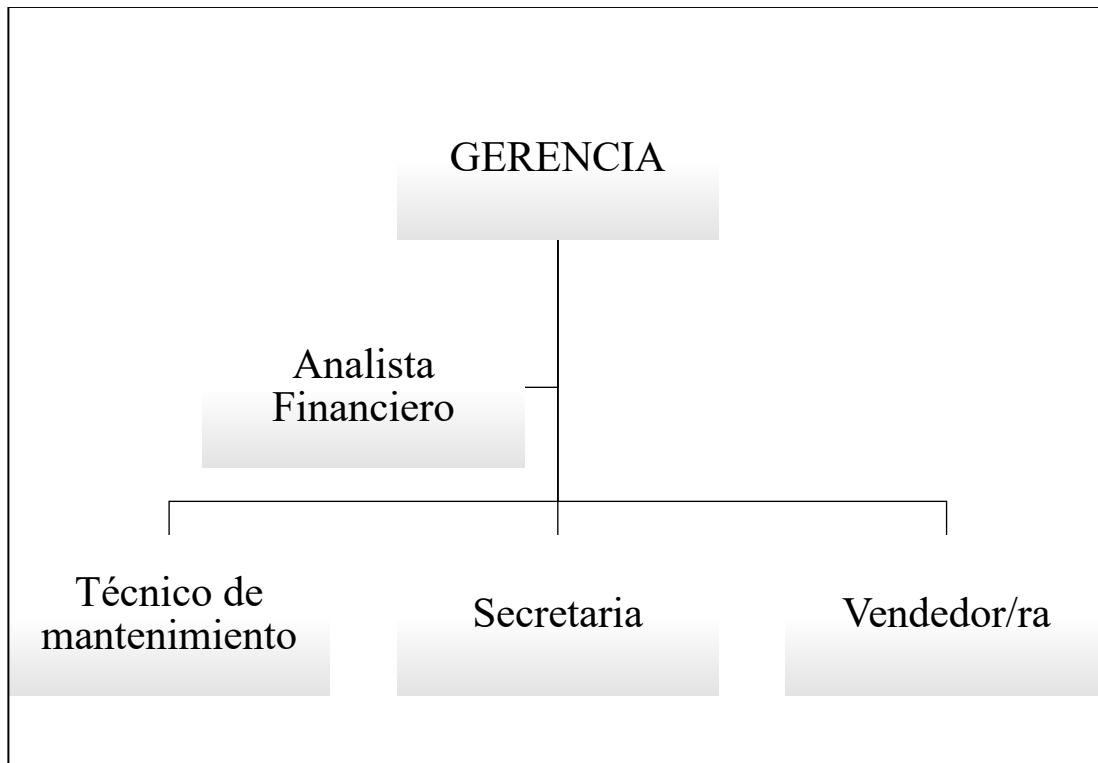
Ayudar a los empleados a comprender y cumplir con sus normas y expectativas.

### **Organigrama estructural o funcional propuesto**

Al ver que la empresa KINDURCORP S. A., no cuenta con un organigrama actual, ya que es de gran importancia para la organización el cual nos permite reflejar realmente los niveles jerárquicos con los que cuenta la organización, por ende, hemos visto que la falta del organigrama estructural actualizado dificultara los procesos y la comunicación interna.

**Figura 16.**

*Organigrama estructural*



**Nota:** Organigrama Propuesto, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison

### 5.3.8 Manual de Funciones

#### Manual de funciones del gerente general

*Cuadro 10.*

*Manual de función gerencial*

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO  |
|---|
| INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO:   |
| <b>Nombre del puesto:</b> Gerente General   |
| <b>Empresa:</b> KINDURCORP S. A.  |
| <b>Objetivo:</b> Responsable de toda la empresa asegura la eficiencia de la organización a través de estrategias que permita un aseguramiento sistemático acelerado.  |
| <b>Funciones específicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planificar y distribuir los recursos necesarios en las operaciones generales de la empresa.</li><li>• Analizar los problemas de la empresa en el aspecto administrativo, financiero, personal, entre otros.</li><li>• Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro considerando las funciones y los cargos.</li><li>• Revisar y monitorear el plan estratégico</li><li>• Contribuir al desarrollo de una cultura de mejoramiento continuo en los productos y servicios ofertados.</li></ul> |
| <b>Conocimientos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administración y gestión</li><li>• Técnicas de liderazgo</li><li>• Manejar programas informáticos</li></ul>   |

*Nota: Manual de Función, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*



## Manual de funciones del analista financiero

### Cuadro 11.

Manual de función financiero

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO   |
|--|
| <b>INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO:</b>   |
| <b>Nombre del puesto:</b> Analista financiero  |
| <b>Empresa:</b> KINDURCORP S. A.   |
| <b>Objetivo.</b> Responsable en analizar los datos económicos con el fin de guiar a los clientes en la toma de decisiones y así maximizar el máximo de sus beneficios.   |
| <b>Funciones específicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión analítica de cuentas ya sea de gastos, ingresos y activos fijos.</li><li>• Realización de pagos con proveedores</li><li>• Estudiar los datos recogidos y programas de inversiones.</li><li>• Ejecución de anexos de balances y asientos contables.</li><li>• Registro y control de facturación y recaudación.</li><li>• Orientar el trabajo en equipo.</li></ul> |
| <b>Conocimientos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administración financiera</li><li>• Gestión bancaria</li><li>• Manejar programas informáticos</li><li>• Economista, Contador</li></ul>   |

*Nota:* Manual de Función, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison

## Manual de funciones del área de mantenimiento de equipos

### Cuadro 12.

Manual de función del técnico

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO   |
|--|
| <b>INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO:</b>   |
| <b>Nombre del puesto:</b> Técnico de mantenimiento   |
| <b>Empresa:</b> KINDURCORP S. A.   |
| <b>Objetivo.</b> Responsable del área de mantenimiento de equipos ya sea en hardware o software siguiendo los protocolos establecidos por la empresa.  |
| <b>Funciones específicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar mantenimiento preventivo y correctivo de hardware y software.</li><li>• Realizar diagnósticos del mal funcionamiento de hardware y software.</li><li>• Detectar las averías en los sistemas, aplicaciones y equipos.</li><li>• Brindar asistencia a los empleados o clientes a cerca de la tecnología.</li><li>• Encontrar solución a cualquier falla y remplazarlo.</li><li>• Aprender sobre nuevas aplicaciones o sistemas operativos.</li></ul> |
| <b>Conocimientos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Técnico en soporte de sistemas informáticos</li><li>• Redes y computadoras</li><li>• Ingeniero en sistemas</li></ul>   |

*Nota:* Manual de Función, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison

## Manual de funciones de la secretaria

### Cuadro 13.

Manual de función de la secretaria

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO  |
|---|
| INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO  |
| <b>Nombre del puesto:</b> Secretaria.   |
| <b>Empresa:</b> KINDURCORP S. A.  |
| <b>Objetivo.</b> Realizar actividades de apoyo en el área asignada cumpliendo con las instrucciones del jefe inmediato y las normas vigentes sobre los procesos que se desarrolla en cada área.   |
| <b>Funciones específicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar funciones de oficina y de asistencia administrativa encaminadas a facilitar el desarrollo de la activades.</li><li>• Orientar a los usuarios y brindar con la información necesaria que lo solicite de conformidad con los procedimientos establecidos.</li><li>• Controlar y organizar el seguimiento de la agenda ya sea el ingreso o salida de documentos y correspondencia del gerente o jefe inmediato.</li><li>• Planificar la documentación necesaria para la comprobación y realización de actividades.</li><li>• Cumplir con las actividades y procedimientos propias del área de desempeño, en función de las metas y objetivos establecidos.</li></ul> |
| <b>Conocimientos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Software informático</li><li>• Manejo de archivos</li><li>• Atención al cliente</li><li>• Sistema de gestión de calidad</li></ul>   |

*Nota: Manual de Función, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

## Manual de funciones del vendedor/a

### Cuadro 14.

Cuadro de manual de función del vendedor

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO   |
|--|
| <b>INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO:</b>   |
| <b>Nombre del puesto:</b> Vendedor   |
| <b>Empresa:</b> KINDURCORP S. A.   |
| <b>Objetivo.</b> Captar la atención del cliente, tener buena actitud y autoconfianza con sigo mismo, ser empático y tener comunicación asertiva captando ingresos para la empresa.   |
| <b>Funciones específicas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fijar metas, plantear objetivos claros, realistas y alcanzables</li><li>• Planificar estrategias de ventas</li><li>• Brindar atención al cliente</li><li>• Fidelizar clientes, crear un vínculo entre la empresa y el cliente</li><li>• Promocionar a la empresa mejorado su posicionamiento</li><li>• Cuidar su imagen ya que es la cara de la empresa</li></ul> |
| <b>Conocimientos específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Área de ventas</li><li>• Área comercial</li><li>• Manejo de archivos</li><li>• Atención al cliente</li><li>• Gestión de ventas</li></ul>   |

*Nota:* Manual de Función, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison

### 5.3.9 Estrategias propuestas

**Cuadro 15.**

*Estratégico N°1*

| <b>Objetivo estratégico N°1</b>   |   |  |                                   |                            |
|---|---|--|-----------------------------------|----------------------------|
| Liderar el mercado local y nacional ofreciendo productos y servicios de hardware y software de calidad.       |   |  |                                   |                            |
| <b>ESTRATEGIA</b>   | <b>ACTIVIDADES</b>  | <b>META</b>  | <b>RESPONSABLES</b>               | <b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b> |
| Aprovechar la facilidad de aperturar nuevos mercados (F2, F5; O1, O2).  | Analizar la demanda del mercado.<br>Invertir recursos económicos<br>Contar con profesionales apropiado.   | Obtener un 10% adicional de ingresos                               | Gerente<br>Vendedor<br>Secretario | 2023 a 2026                |
| Participar en ferias empresariales para dar realce la imagen de la empresa a nivel nacional. (F1, F4, O1, O3) | Buscar ferias tecnológicas reconocidas a nivel nacional.<br>Planificar la logística de transporte.<br>Capacitar al personal que participaran en la feria. | Aumentar en un 5% el reconocimiento de la empresa a nivel nacional | Gerente<br>Vendedor<br>Técnico    | 2023 a 2025                |
| Planificar proyectos que vinculen a la empresa con nuevas entidades. (F3, O3, O4)                             | Analizar la viabilidad de proyectos de innovación propuesto.<br>Organizar la distribución de trabajo.<br>Realizar un seguimiento constate.                | Obtener 15 convenios anuales con nuevas empresas.                  | Gerente<br>Secretario             | 2023 a 2024                |

|   |  |  |  |             |
|---|--|--|--|-------------|
| Desarrollar una planificación estratégica que ayude a mejorar el proceso externo e interno de la empresa (D6, D8; O3) | <p>Diagnosticar la situación actual de la empresa.</p> <p>Plantear estrategias acordes a la necesidad.</p> <p>Ejecutar las estrategias apropiadas a las necesidades.</p> | Minimizar un 40% las amenazas y debilidades.     | Gerente<br>Secretario<br>vendedor<br>Técnico | 2023 a 2024 |
| Implementar un organigrama funcional acorde a la necesidad de la empresa. (D3; O3, O4).                               | <p>Analizar los cargos existentes.</p> <p>Elabora el organigrama estructural.</p> <p>Desarrollar el manual de funciones.</p>   | Mejorar un 80% la organización en sus funciones. | Gerente                                      | 2023 a 2023 |
| Desarrollar una planificación estratégica para poder afrontar una crisis económica que se presente (D1, D6, A1)       | <p>Analizar los factores económicos.</p> <p>Renovar convenios a largo plazo.</p> <p>Optimizar recursos.</p>  | Reservar un 25% de recursos económicos.          | Gerente<br>Analistas<br>financieros.         | 2023 a 2027 |

*Nota: Estrategias Propuestas, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

**Cuadro 16.**

*Estratégico N°2*

| <b>Objetivo estratégico N°2</b>  |  |  |  |                            |
|--|--|--|--|----------------------------|
| Mejorar los procesos internos de la empresa de forma continua, y lograr la satisfacción de los clientes, generando confianza en la empresa |  |  |  |                            |
| <b>ESTRATEGIA</b>  | <b>ACTIVIDADES</b>   | <b>META</b>                              | <b>RESPONSABLES</b>                          | <b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b> |
| Crear vínculos sociales y adaptarse a los cambios constantes de la tecnología (F6, O2)   | Crear páginas web.<br>Crea anuncios por redes sociales   | Aumentar un 20% las ventas               | Secretaria<br>Vendedora                      | 2023 a 2024                |
| Implementar promociones estratégicas para nuevos mercados (D1; O1, O3).  | Promocionar descuentos al inicio de un periodo educativo<br>Obsequiar un componente básico por la compra de 200\$ en hardware. | Aumentar un 20% las ventas               | Gerente                                      | 2023 a 2024                |
| Desarrollar capacitaciones en áreas específicas. (D2; O3)  | Medir el nivel de conocimientos de los empleados<br>Diseñar un plan de capacitación<br>Crear un cronograma de capacitación     | Contar con un 85% de efectividad laboral | Gerente<br>Secretario<br>Vendedor<br>Técnico | 2023 a 2024                |

|   |   |  |   |             |
|---|---|--|---|-------------|
| Realizar acciones para dar a conocer la misión, visión y objetivos actualizados a la empresa (D4; O3) | Socializar con todo personal de la empresa        | Aumentar un 98% el direccionamiento de la empresa. | Gerente<br>Secretario<br>Vendedora<br>Técnico | 2023 a 2024 |
| Mejorar los convenios en beneficio a la empresa (F3; A2, A3)  | Reformar convenios existentes a larga plazo.      | Mantener un 80% de convenios existentes            | Gerente<br>Vendedora                          | 2023 a 2025 |
| Implementar estrategia para la recuperación de carteras vencidas (D7; A1, A2, A3)                     | Renegociación de la deuda con facilidad de pagos. | Minimizar un 50% de las carteras vencidas          | Vendedora<br>Secretaria                       | 2023 a 2024 |

*Nota: Estrategias Propuestas, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*



**Cuadro 17.**

Estratégico N°3

| <b>Objetivo estratégico N°3</b>   |  |   |                                |                            |
|---|--|---|--------------------------------|----------------------------|
| Controlar los procesos internos a fin de optimizar el uso de recursos.                              |  |   |                                |                            |
| <b>ESTRATEGIA</b>   | <b>ACTIVIDADES</b>   | <b>META</b>                                     | <b>RESPONSABLES</b>            | <b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b> |
| Implementar acciones preventivas destinado al control externo e internos de la empresa (D5, D6, O4) | Encontrar cuellos de botella de los procesos.<br>Mejorar los procesos  | Aumentos el 98% en efectividad de los procesos. | Gerente<br>Analista financiero | 2023 a 2026                |
| Desarrollar un adecuado control de procesos (D8, A3, A4)  | Identificar los procesos para el mejoramiento<br>Aplicar métodos y herramienta adecuadas<br>Automatizar los procesos para evitar errores | Aumentos el 98% en efectividad de los procesos. | Gerente<br>Analista financiero | 2023 a 2026                |

*Nota: Estrategias Propuestas, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

## CONCLUSIONES

- La empresa KINDURCORP S. A., de la ciudad de Guaranda no cuenta con una planificación estratégica adecuada, lo que dificulta el perfeccionamiento de los procesos eficientes de la empresa, ocasionando ineficiencia en la gestión administrativa.
- Los conceptos científicos nos ayudaron en el desarrollo de la propuesta de esta investigación a comprender la importancia de la planificación estratégica dentro de la empresa, lo cual nos permite utilizar de mejor manera los recursos y comprender su entorno.
- Con el análisis interno como externo de la empresa KINDURCORP S. A., se analizó el estado actual lo cual permito proponer un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión administrativa de la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos y metas establecidos

## **RECOMENDACIONES**

- Es recomendable implementar y evaluar el cumplimiento de la planificación estratégica que se ha desarrollado y planteado a la empresa KINDURCORP S. A. de la ciudad de Guaranda.
- Es de gran importancia considerar la planificación estratégica con referentes investigativos, lo que nos permitirá tener mayor conocimiento y poder direccionar a la empresa de mejor manera cumpliendo con los objetivos establecidos para su realización.
- Socializar el plan estratégico desarrollado con el objetivo de mejorar la gestión administrativa fortaleciendo el desarrollo de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Académico, R. d. (2020). *Reglamento de Régimen Académico* . Quito.
- Alvarado, D. (23 de 7 de 2020). *DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA INGENIERÍA C&C CONSTRUCTIONS CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS*. Obtenido de Repositorio.pucese.edu.ec: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2152/1/HOLGUIN%20ALVARADO%20DANIELA%20ANDREINA.pdf>
- Alvares, L. (02 de febrero de 2022). Obtenido de Equipo editorial, Etecé.
- Alvear, P. (2018). Obtenido de <https://revistaenergia.cenace.gob.ec/index.php/cenace/article/view/152>
- Atico. (10 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/plan-estrategico/>
- Berlitz. (30 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://www.berlitz.com/es-mx/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- Botin, R. (10 de Junio de 2022). Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/planeacion-estrategica#%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica?>
- CHICA CHICA, M., & MENDOZA LOOR , E. (06 de 11 de 2018). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA “SAN PABLO DE TARUGO” CANTÓN CHONE PERÍODO 2018-2022*. Obtenido de repositorio.espam.edu.ec: <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/913/1/TTAE5.pdf>
- Chunllo, J. (26 de 11 de 2018). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE INSPECPLANET CIA. LTDA*. Obtenido de [Dspace.espoch.edu.ec: http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/10239/1/12T01258.pdf](http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/10239/1/12T01258.pdf)
- CODIGO DE TRABAJO. (16 de Diciembre de 2012). *CODIGO DE TRABAJO*. Obtenido de [trabajo.gob.ec: https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf](https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf)

Constantine, M., & Ponce, G. J. (4 de 12 de 2019). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ESCUELA DE CONDUCCIÓN SERGIO OSWALDO ZAMBRANO BASURTO DEL S.CH.P.C.* Obtenido de Repositorio.esпам.edu.ec: <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1225/1/TTAE50.pdf>

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). Obtenido de ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Ecuador, C. d. (2008). *Constitución del Ecuador* . Quito .

Empresas, C. d. (2020). *Plan Estratégico de la Carrera de Administración de Empresas*. Guaranda.

Giler, A. M. (28 de Abril de 2011). *vicepresidencia.gob.ec (PDF)*. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>

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

Jiménez, J., & Pacheco, L. (30 de 10 de 2018). *Propuesta de Plan Estratégico para el mejoramiento de la Gestión en la Empresa Mialca Mecánica Industrial Ángel Luna C.A.* Obtenido de Repositorio.uce.edu.ec: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16847/1/T-UCE-0005-CEC-107.pdf>

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

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (04 de Agosto de 2020). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. Obtenido de Epico.gob.ec: <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>

- MarketPlus. (2022). Obtenido de <https://www.tutorialmonsters.com/analisis-foda-dafo/>
- Orlando., M. C. (17 de Abril de 2012). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/definiciones-del-mejoramiento-continuo/>
- Pérez, M. (02 de Junio de 2022). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/empresa/>
- Porto, P. (2021). Obtenido de <https://definicion.de/gestion/>
- Quiroa, M. (1 de Noviembre de 2020). *Gestión administrativa* . Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-administrativa.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.
- Ruiz, A. (2020). *IMPULSA*. Obtenido de <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-la-factibilidad-y-por-que-es-importante-para-evaluar-un-proyecto/>
- Superior, L. O. (2018). *Ley Organica de Educación Superior* . Quito.
- TEKAMS, B. (2020). Obtenido de <https://tekams.com/estrategias-de-ventas/>
- Torres, D. (10 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>
- Valenzuela, V. (2 de 7 de 2019). *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA FRATZOCONSULTING CÍA. LTDA., UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2018 - 2022*. Obtenido de [Rositorio.uce.edu.ec: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18815/3/T-UCE-0005-CEC-207.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18815/3/T-UCE-0005-CEC-207.pdf)
- Westreicher, G. (06 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

# ANEXOS





*Anexo B. Presupuesto ejecutado*

| <b>PRESUPUESTO ESTABLECIDO PARA LA INVESTIGACION</b> |                         |                 |                       |                   |
|--|-------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Recursos</b>                                      | <b>Unidad de medida</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total (\$)</b> |
| Esferos  | Docena                  | 1               | 4                     | 4                 |
| Papel Bond   | Resma                   | 1               | 3,5                   | 3,5               |
| Engrampadora   | Unidad                  | 1               | 2                     | 2                 |
| Grapas   | Caja                    | 1               | 2,5                   | 2,5               |
| Impresiones  | Unidad                  | 500             | 0,1                   | 50                |
| Copias   | Unidad                  | 100             | 0,05                  | 5                 |
| Anillado   | Unidad                  | 2               | 4,5                   | 9                 |
| Internet   | Por persona             | 2               | 40                    | 80                |
| Computadoras   | Unidad                  | 2               | 500                   | 1000              |
| CD   | Unidad                  | 2               | 1,5                   | 3                 |
| Alimentación   | Por persona             | 2               | 25                    | 50                |
| Pasajes  | Por persona             | 20              | 0,3                   | 6                 |
| <b>TOTAL</b>   |                         |                 |                       | <b>1215</b>       |

**Nota:** *Presupuesto de investigación, elaborado, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*



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

Como estudiantes de la carrera de Administración de Empresas solicitamos cordialmente contestar la presente entrevista con el fin de obtener información que permitirá desarrollar la presente investigación titulada: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027., desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

**Entrevista dirigida al Gerente General de la empresa Kindurcorp S. A.**

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Como nació la idea de crear empresa y dónde nace el nombre de la misma?
3. ¿Qué tiempo lleva funcionando la empresa Kindurcorp?
4. ¿Su empresa cuenta con Visión, Misión, Valores y principios?
5. ¿La empresa cuenta con estructura organizacional?
  - a) Si
  - b) No
6. ¿Qué productos y servicios brinda la empresa y cuál es el más demandado?
7. ¿De dónde provienen los proveedores para la adquisición de equipos de cómputo y repuestos?
  - a) Nacional
  - b) Internacional
  - c) Otros.....
8. ¿Con cuántos proveedores cuentan actualmente la empresa y cuáles son sus principales proveedores?
9. ¿Qué tiempo tarda en llegar los productos a su empresa?

10. ¿Cuál es su segmento del mercado?
  - a) Personas naturales
  - b) Empresas publicas
  - c) Empresas privadas
  - d) Unidades educativas
  - e) Otros .....
11. ¿Los clientes que más ocupan su servicio son?
  - a) Local
  - b) Nacional
  - c) Otros.....
12. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de la empresa?
13. ¿A su criterio cuales son la oportunidades y amenazas de la empresa?
14. ¿En qué parte se obstaculiza la gestión en la empresa actualmente?
15. ¿Considera que la aplicación de un plan estratégico mejora la gestión de la empresa?
16. ¿Los recursos financieros con los que cuenta la empresa son suficientes para solventar problemas en la misma? ¿Por qué?



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

Como estudiantes de la carrera de Administración de Empresas solicitamos cordialmente contestar la presente entrevista con el fin de obtener información que permitirá desarrollar la presente investigación titulada: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027., desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

**Entrevista dirigida a los empleados de la empresa Kindurcorp S. A.**

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué cargo tiene en la empresa y cuantos años trabaja?
3. ¿Conoce la Visión, Misión, Valores y Principios de la empresa?
4. ¿Ha experimentado situaciones de conflicto de cooperación con sus compañeros de trabajo?
5. ¿Si ha recibido alguna capacitación por parte de la empresa?
6. ¿Usted se ha capacitado de forma independiente para su función de trabajo?
7. ¿Sabe usted que significa el logo de la empresa Kindurcorp?
8. ¿Mantiene una buena comunicación con el gerente de la empresa Kindurcorp?
9. ¿Desde su perspectiva los clientes hoy en día que buscan en la compra de sus productos y servicio?

*Anexo D. Recolección de datos*



*Nota: Entrevista ha empleados, elaborado, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*



*Nota: Entrevista, elaborado, elaborado: Arévalo Edison, Patin Edison*

*Anexo E. Encuestas realizadas*



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

Como estudiantes de la carrera de Administración de Empresas solicitamos cordialmente contestar la presente encuesta con el fin de obtener información que permitirá desarrollar la presente investigación titulada: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027., desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

**Encuesta dirigida a los clientes de la empresa KINDURCORP S. A.**

**1. ¿Conoce la empresa KINDURCORP S. A.?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Por qué medio conoció a la empresa KINDURCORP S. A.?**

a. Tríptico

b. Radio

c. Redes sociales

d. Otros mencionen cual.....

**3. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio que brinda la empresa en comparación con la competencia?**

a) Excelente

b) Buena

c) Regular

d) Mala

**¿Por qué?.....**

4. **¿Con qué frecuencia visita la empresa?**
- b. Diario
  - c. Mensual
  - d. Trimestral
  - e. Semestral
  - f. Anual
5. **¿Porque servicios acudió a la empresa y mencione?**  
 .....
6. **¿Qué elementos toma en consideración al momento de visitar la empresa?**
- a. La atención al cliente
  - b. Precios
  - c. Calidad del producto
  - d. Otros mencione cual .....
7. **¿Recomendaría a sus amigos y familiares visitar la empresa KINDURCORP S. A.?**
- a) Siempre
  - b) A veces
  - c) Nunca
- ¿Por qué?.....
8. **¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido por el personal durante su visita?**
- a. Excelente
  - b. Bueno
  - c. Regular
  - d. Malo
9. **¿Le gustaría hacer un comentario o sugerencia para la empresa KINDURCORP S. A.?**

*Anexo F. Carta de aceptación de la empresa Kindurcorp S. A.*

Guaranda, 23 de mayo del 2023

## CARTA DE ACEPTACIÓN DE PROYECTO DE TESIS

Reciba un atento y cordial saludo, a través del presente LA EMPRESA KINDURCORP S. A, tenemos el agrado de dar la aceptación para que se realice el proyecto " PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023- 2027". El mismo que será desarrollado por el Sr. EDISON JAVIER ARÉVALO AGUALONGO, con N° de cedula 025007464-8 y EDISON ANIBAL PATIN CHIMBO, con N° de cedula 020249808-5, estudiantes de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Estatal de Bolívar proyecto que estará a cargo del Ing. Alexandra Arguello, directora designado por la facultad.

Atentamente.

  
KINDURCORPSA S.A  
Centro de Negocios  
0893583001  
Guaranda - Ecuador

ING.GUILLERMO BOLIVAR SINMALEZA SANCHEZ

**Representante legal**



**ING. ALEXANDRA ARGUELLO EN CALIDAD DE DIRECTORA DEL  
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,**

### **CERTIFICA**

Que, el trabajo de integración curricular denominado **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EN LA EMPRESA KINDURCORP S. A., DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2023-2027.”** presentado por **Edison Javier Arévalo Agualongo** y **Edison Anibal Patin Chimbo** estudiantes de la **Carrera de Administración de Empresas**, pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta TURNITIN, reflejando un **porcentaje de similitud del 9 %**, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 01 de Noviembre del 2023

Atentamente,



Ing. Alexandra Arguello

**Directora**

*Anexo H. Captura de turnitin*

**Reporte de similitud**

NOMBRE DEL TRABAJO

**Tesis Edison P. y Edison A. .docx**

AUTOR

**Edison Javier Arevalo Agualongo**

RECuento DE PALABRAS

**13966 Words**

RECuento DE CARACTERES

**78510 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**113 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**6.3MB**

FECHA DE ENTREGA

**Nov 1, 2023 12:00 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Nov 1, 2023 12:02 PM GMT-5**


● **9% 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
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% 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 25 palabras)

  
0201924833  
11/11/2023