



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del título de Ingeniera en Gestión
Empresarial.

Título del Proyecto de Investigación:

**“PLAN ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL DE LA COMPAÑÍA LTDA., MUNDO OFFICE
CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2015-2019”**

Autora

Fernanda Lisseth Valencia Ronquillo

Director De Proyecto de Investigación

Ing. Edgar Muñoz Murillo, M.Sc.

Quevedo - Los Ríos - Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Fernanda Lisseth Valencia Ronquillo**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Fernanda Lisseth Valencia Ronquillo

C.I. 0928600980

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

El suscrito, **Ing. Edgar Muñoz Murillo, M.Sc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Fernanda Lisseth Valencia Ronquillo**, realizó el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en “**Gestión Empresarial**, titulada “**PLAN ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COMPAÑÍA LTDA., MUNDO OFFICE CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2015-2019**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Edgar Muñoz Murillo, M.Sc.
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Título del Proyecto de Investigación:

“PLAN ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COMPAÑÍA LTDA., MUNDO OFFICE CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2015-2019”

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Tribunal de Proyecto de Investigación:

Ing. Velasco Barahona Victoria Birmania, M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Cedeño Fuentes Olga Paola, M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Cano Intriago Juan Carlos, M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien, a mis padres en especial a mi madre Lina a quien le agradezco inmensamente por darme la vida , por sus consejos, su apoyo incondicional el mismo que me ha incentivado a continuar con mi meta establecida.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial al Ing. Edgar Muñoz M.Sc. por su colaboración, conocimiento, y apoyo brindado en la elaboración de la Proyecto de Investigación y a los catedráticos de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial que durante mis años de estudios de tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Y a todas y cada una de las personas que son parte de mi vida, que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación realizado con esfuerzo y dedicación va dedicado a Dios por darme la salud, fortaleza diaria y lograr mis metas propuestas, a las personas que de una u otra forma han contribuido para su realización, a mis padres en especial a mi madre la persona que más amo y que en todo momento me brindó su apoyo de manera incondicional.

A mi familia y amigos por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todo momento e incentivarme a continuar aun cuando se presentaron obstáculos, y a todos los docentes que durante todo este tiempo portaron su granito de arena para ser de sus estudiantes unos excelentes profesionales.

ÍNDICE GENERAL

	Página
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	iii
HOJA DE APROBACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
CÓDIGO BUBLIN	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
SUMMARY	xvii
Introducción	xviii
CAPÍTULO I	1
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Problema de Investigación	2
1.1.1. Planteamiento del Problema	2
1.1.1. Diagnóstico	2
1.1.2. Pronóstico	3
1.1.3. Formulación del Problema	4
1.1.4. Sistematización del Problema	4
1.2. Objetivos	4
1.2.1. Objetivo General	4
1.2.2. Objetivos Específicos	5
1.3. Justificación	5
CAPÍTULO II	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1. Marco conceptual	7
2.1.1. Estrategia	7

2.1.2. Estudio de mercados.....	7
2.1.3. Demanda.....	7
2.1.4. Los fundamentos de la estrategia.....	8
2.1.5. Ventajas y desventajas de la planeación.....	8
2.1.6. Planear.....	9
2.1.7. Liderazgo empresarial.....	9
2.1.8. El mercado proveedor.....	10
2.1.9. Análisis de la demanda.....	10
2.1.10. Análisis de la oferta.....	10
2.1.11. Políticas.....	11
2.1.12. Estrategias.....	11
2.2. Marco referencial.....	11
2.2.1. La administración y su importancia.....	11
2.2.2. Administración estratégica.....	12
2.2.3. Etapas de la administración estratégica.....	12
2.2.4. Competitividad y administración.....	13
2.2.5. Proceso administrativo.....	13
2.2.6. Las empresas.....	13
2.2.7. Modelos estratégicos.....	14
2.2.8. Ventajas y desventajas de la planeación.....	14
2.2.9. Funciones de la administración.....	15
2.2.10. Estrategas.....	15
2.2.11. Declaración de la visión y la misión.....	15
2.2.12. Oportunidades y amenazas externas.....	16
CAPÍTULO III.....	17
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.1. Localización.....	18
3.2. Tipos de investigación.....	18
3.2.1. Investigación de Campo.....	18
3.2.2. Investigación Bibliográfica.....	18
3.2.3. Investigación Descriptiva.....	18
3.3. Metodología de la Investigación.....	19
3.3.1. Método deductivo.....	19

3.3.2. Método inductivo	19
3.3.3. Método científico	19
3.4. Fuentes de recopilación de investigación	19
3.4.1. Fuente primaria	19
3.4.2. Fuente secundaria.....	20
3.5. Diseño de la Investigación.....	20
3.5.1. Población	20
3.5.2. Muestra	20
3.6. Instrumentos de Investigación	21
3.6.1. Encuesta.....	21
3.6.2. Observación Directa	21
3.6.3. Entrevistas.....	21
3.6.4. Instrumentos.....	22
3.7. Tratamiento de los datos.....	22
3.8. Recursos humanos y materiales	22
CAPÍTULO IV	23
RESULTADO Y DISCUSIÓN	23
4.1. Resultados.....	24
4.1.1. Entrevista aplica al gerente propietario de la compañía Ltda. Mundo office del cantón Quevedo.	24
4.1.2. Encuesta aplica a la población del cantón Quevedo para conocer la preferencia de compra en la compañía Ltda. Mundo office.....	27
4.1.3. Entorno interno y Externo de la empresa Mundo Office Ltda del cantón Quevedo. .	38
4.1.4. Determinar estrategias para mejorar el crecimiento empresarial de Mundo Office. .	39
4.1.4.1. Misión.....	39
4.1.4.2. Visión.....	39
4.1.4.3. Objetivos a largo plazo	39
4.1.4.4. Formulación de estrategias (matriz FODA).....	39
4.1.5. Políticas de la empresa “Mundo Office”	42
4.1.6. Matriz de impacto.....	42
4.1.5.7. Matriz de impacto F.O.D.A. ponderado clasificado por su calificación de impacto	44
4.1.5.8. Matriz Axiológica.....	45

4.1.6. Plan estratégico para el mejoramiento administrativo en la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2016-2019.....	46
4.1.6.1. Antecedentes de la empresa	46
4.1.6.2. Funciones de la empresa “Mundo Office”	46
4.1.6.3. Direccionamiento	47
a) Misión	47
b) Visión.....	47
c) Valores	47
4.1.6.4. Programa estructural.....	48
4.1.6.5. Seguimiento y evaluación.....	52
4.2. Discusión	55
CAPÍTULO V.....	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1. Conclusiones.....	57
5.2. Recomendaciones.....	57
CAPÍTULO VI	58
BIBLIOGRAFÍA	58
6.1. Bibliografía.....	59
CAPÍTULO VII.....	60
ANEXOS.....	60
7.1. Anexos.....	61

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Página
Cuadro 1. Población	20
Cuadro 2. Recursos humanos y materiales	22
Cuadro 3. Considera que Mundo Office requiere un plan de estratégico.....	27
Cuadro 4. Como considera el servicio de Mundo Office	28
Cuadro 5. Motivos porque adquiere los servicios de esta empresa.....	29
Cuadro 6. Frecuencia de compra.....	30
Cuadro 7. Como considera los precios de los productos.	31
Cuadro 8. Qué medio de comunicación es de su preferencia	32
Cuadro 9. Considera que cuenta con variedad de productos	33
Cuadro 10. Qué clase de productos le gustaría que se incremente.....	34
Cuadro 11. Considera que el espacio físico permite tener buena visibilidad	35
Cuadro 12. Tiene conocimiento de la publicidad de la empresa.....	36
Cuadro 13. Mediante qué medio de comunicación conoció a Mundo Office.....	37
Cuadro 14. Matriz FODA	38
Cuadro 15. Estrategias de la matriz FODA.....	40
Cuadro 16. Matriz de impacto.....	43
Cuadro 17. Matriz de impacto F.O.D.A. ponderado	44
Cuadro 18. Matriz Axiológica.....	45
Cuadro 19. Matriz Axiológica.....	45
Cuadro 20. Valoración de presupuestos de la situación administrativa	48
Cuadro 21. Evaluación de presupuesto de la situación de inversión.....	49
Cuadro 22. Evaluación de presupuesto en el destino de cobranza	50
Cuadro 23. Presupuesto para la función de Talento Humano	50
Cuadro 24. Presupuesto General para cada una de las funciones establecidas.	51
Cuadro 25. Seguimiento de Funciones administrativa para capacitación	52
Cuadro 26. Seguimiento de Funciones administrativa por innovación	52
Cuadro 27. Seguimiento de Funciones de cobranza.....	53
Cuadro 28. Seguimiento de Funciones de reclutamiento	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Página
Figura 1. Considera que Mundo Office requiere un plan de estratégico	27
Figura 2. Como considera el servicio de Mundo Office	28
Figura 3. Motivos porque adquiere los servicios de esta empresa	29
Figura 4. Frecuencia de compra	30
Figura 5. Como considera los precios de los productos.....	31
Figura 6. Qué medio de comunicación es de su preferencia.....	32
Figura 7. Considera que cuenta con variedad de productos	33
Figura 8. Qué clase de productos le gustaría que se incremente	34
Figura 9. Considera que el espacio físico permite tener buena visibilidad.....	35
Figura 10. Tiene conocimiento de la publicidad de la empresa	36
Figura 11. Mediante qué medio de comunicación conoció a Mundo Office	37

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos	Página
Anexo 1. Formato de Entrevista.....	61
Anexo 2. Formato de la Entrevista	63

CÓDIGO BUBLIN

Título:	“PLAN ESTRATÉGICO Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA COMPAÑÍA LTDA., MUNDO OFFICE CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2015-2019”				
Autor:	Fernanda Lisseth Valencia Ronquillo				
Palabras clave:	Plan de Estratégico	Estudio de Mercado	Estrategia FODA	Estudio Financiero	Muestra
Fecha de publicación:	12- octubre-20-15				
Editorial:	Quito: EPN, 2015.				
Resumen:	Resumen .-El presente proyecto de investigación desarrollado se fundamentó con el propósito de plantear un Plan Estratégico y su relación en el crecimiento empresarial de la Compañía Ltda., Mundo Office Cantón Quevedo Periodo 2015-2019 el mismo que ayudará a fortalecer la gestión empresarial de la empresa, mediante el análisis de la situación actual, la realización de un estudio de mercado, el mismo que fue sustentado mediante una entrevista dirigida al gerente de la empresa y una encuesta a la población del cantón Quevedo, resultados que fueron analizados, tabulados y que ayudaron en el establecimiento del plan estratégico El desarrollo del plan estratégico establecido servirá para que la administración de la empresa Mundo Office cumpla con los objetivos a través de la misión, visión y metas establecidas. A través de un diagnóstico de interno y externo se estableció la situación actual de la empresa Mundo Office identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; además se desarrolló el marco teórico basado en teorías, conceptos, relacionados con las variables de la investigación; se identificó la metodología mediante el análisis de los métodos, tipos, técnicas, fuentes de investigación, población y la respectiva muestra. A través del estudio de mercado se logró determinar el criterio de la población sobre posicionamiento de Mundo Office en la ciudad de Quevedo logrando establecer entre otras la importancia de implementar un plan estratégico que incida en el crecimiento empresarial de la empresa durante el periodo 2015-2019, con la finalidad de mejorar procesos administrativos a través de políticas organizacionales que permitan cumplir con objetivos y metas establecidas en el plan. En los resultados obtenidos se llegó a la conclusión sobre el gran potencial que tiene la empresa en el mercado objetivo de la ciudad de Quevedo por lo que se aprovechará esta fortaleza para aumentar la cartera de productos y servicios. Considerando que la empresa se desenvuelve en un mercado competitivo, por lo que se deben aplicar nuevas estrategias que permitan mejorar la gestión y de esta manera mantener ventajas competitivas. Abstract .- This research project was based developed in order to present a Strategic Plan and its relationship to the business growth of the Company Ltda., Office World Quevedo Canton period 2015-2019 it will help to strengthen corporate governance of the company, by				

	analyzing the current situation, conducting market research, the same that was supported by an interview addressed to the manager of the company and a survey of the population of the canton Quevedo, results were analyzed, tabulated and helped the establishment of the strategic plan The development of the strategic plan established will help the management company World Office meets the objectives through the mission, vision and goals. Through an internal and external diagnosis of the current situation of the company World Office was established by identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats; besides the theoretical framework based on theories, concepts, variables related to the research was conducted; the methodology was identified by analyzing methods, types, techniques, research sources, population and the respective sample. Through the market survey it was determined the criteria of population on positioning World Office in the city of Quevedo managing to establish among others the importance of implementing a strategic plan that affects business growth of the company during the period from 2015 to 2019 , in order to improve business processes across organizational policies to meet objectives and targets set in the plan. The results obtained will be concluded on the great potential of the business in order to market the city of Quevedo so this strength will be used to increase the portfolio of products and services. Whereas the company operates in a competitive market, so they must implement new strategies to improve the management and thus maintain a competitive advantage.
Descripción:	89 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162
URI:	<u>(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)</u>

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación desarrollado se fundamentó con el propósito de plantear un Plan Estratégico y su relación en el crecimiento empresarial de la Compañía Ltda., Mundo Office Cantón Quevedo Periodo 2015-2019 el mismo que ayudará a fortalecer la gestión empresarial de la empresa, mediante el análisis de la situación actual, la realización de un estudio de mercado, el mismo que fue sustentado mediante una entrevista dirigida al gerente de la empresa y una encuesta a la población del cantón Quevedo, resultados que fueron analizados, tabulados y que ayudaron en el establecimiento del plan estratégico.

El desarrollo del plan estratégico establecido servirá para que la administración de la empresa Mundo Office cumpla con los objetivos a través de la misión, visión y metas establecidas. A través de un diagnóstico de interno y externo se estableció la situación actual de la empresa Mundo Office identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; además se desarrolló el marco teórico basado en teorías, conceptos, relacionados con las variables de la investigación; se identificó la metodología mediante el análisis de los métodos, tipos, técnicas, fuentes de investigación, población y la respectiva muestra. A través del estudio de mercado se logró determinar el criterio de la población sobre posicionamiento de Mundo Office en la ciudad de Quevedo logrando establecer entre otras la importancia de implementar un plan estratégico que incida en el crecimiento empresarial de la empresa durante el periodo 2015-2019, con la finalidad de mejorar procesos administrativos a través de políticas organizacionales que permitan cumplir con objetivos y metas establecidas en el plan.

En los resultados obtenidos se llegó a la conclusión sobre el gran potencial que tiene la empresa en el mercado objetivo de la ciudad de Quevedo por lo que se aprovechará esta fortaleza para aumentar la cartera de productos y servicios. Considerando que la empresa se desenvuelve en un mercado competitivo, por lo que se deben aplicar nuevas estrategias que permitan mejorar la gestión y de esta manera mantener ventajas competitivas.

Palabras Claves: Plan Estratégico, Crecimiento Empresarial, diagnostico, procesos administrativos.

SUMMARY

This research project was based developed in order to present a Strategic Plan and its relationship to the business growth of the Company Ltda., Office World Quevedo Canton period 2015-2019 it will help to strengthen corporate governance of the company, by analyzing the current situation, conducting market research, the same that was supported by an interview addressed to the manager of the company and a survey of the population of the canton Quevedo, results were analyzed, tabulated and helped the establishment of the strategic plan

The development of the strategic plan established will help the management company World Office meets the objectives through the mission, vision and goals. Through an internal and external diagnosis of the current situation of the company World Office was established by identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats; besides the theoretical framework based on theories, concepts, variables related to the research was conducted; the methodology was identified by analyzing methods, types, techniques, research sources, population and the respective sample. Through the market survey it was determined the criteria of population on positioning World Office in the city of Quevedo managing to establish among others the importance of implementing a strategic plan that affects business growth of the company during the period from 2015 to 2019, in order to improve business processes across organizational policies to meet objectives and targets set in the plan.

The results obtained will be concluded on the great potential of the business in order to market the city of Quevedo so this strength will be used to increase the portfolio of products and services. Whereas the company operates in a competitive market, so they must implement new strategies to improve the management and thus maintain a competitive advantage

Keywords: Strategic Plan, Business Growth, diagnosis, management processes.

Introducción

En la actualidad es imprescindible destacar la importancia que se ha generado sobre la educación, los sistemas de formación y desarrollo académico por parte del Ministerio de Educación, por esta razón en el Ecuador existe un mercado amplio de empresas dedicada a la comercialización y venta de materiales de productos educativos para todo tipo de nivel académico.

Por consiguiente en el cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos existe una compañía de, que en la actualidad dispone de tres sucursales dentro y fuera de la ciudad como es Santo Domingo y Quito. Su respectivo nombre se caracteriza como Librería y Papelería Mundo Office Compañía Ltda., que durante muchos años esta segmentada en el mercado, generando cambios y expectativa por la trascendencia de sus ventas y por la gestión administrativa. Hoy en día existe una demanda de personas que buscan ajustarse a los precios y servicio o atención que les otorga en este caso las librerías, para obtener sus productos ya que es primordial especificar que no todos cuentan con la situación económica necesaria para obtener los productos y materiales necesarios.

Por consiguiente el presente trabajo fue importante realizarlo, para proporcionar a la compañía estrategias de comercialización para implementar la satisfacción al cliente y generando puntualidad en sus ventas, una mayor eficiencia en servicios.

En el capítulo uno se analiza la problemática actual, mediante un diagnóstico de la problemática que permite formular y sistematizar la investigación, se plantean los objetivos y se justifica debidamente justifica la investigación.

El capítulo dos refleja en el marco conceptual y referencial la teoría más relevante encontrada los libros, revista e internet, relacionada con las variables establecidas en los objetivos de planteados.

El capítulo tres detalla la metodología aplicada, en la que se identifican los tipos, métodos, técnicas, fuentes de información, población y la respectiva muestra.

El capítulo cuatro refleja los resultados obtenidos mediante el proceso investigativo.

Capítulo cinco presenta las conclusiones y las recomendaciones

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del Problema

Es indispensable evidenciar la importancia de la venta de útiles y materiales escolares, académica que se efectúan en las librerías, en el cantón Quevedo existe un número de personas que al diario buscan calidad eficiencia y mejores precios, por la situación económica actual, no todos mantienen los mismos ingresos económicos.

Por esta razón es necesario identificar el manejo del área administrativa, reconociendo el cumplimiento y la eficiencia en el manejo de sus operaciones con respecto a la comercialización, puesto que en varios casos las medidas administrativas mantienen dificultades en el rendimiento o ingresos económicos de sus ventas; además la demanda de librerías en Quevedo es amplia y esto se debe a las habilidades que las empresas generan para generar sus ventas.

Por consiguiente las medidas y políticas que el actual gobierno ha implantado al comercio ecuatoriano ha generado, reacciones y aspectos improcedentes que han perjudicado a la gestión empresarial por los impuestos y la rigurosidad en la inserción en el mercado laboral, por esta razón es importante identificar las complejidades que la compañía Mundo Office mantiene en su entorno empresarial en estos últimos años.

En efecto es ineludible la elaboración de un plan estratégico para mejorar el crecimiento económico empresarial de la compañía y los servicios de venta y comercialización que genera en el mercado.

1.1.1. Diagnóstico

a) Causas

- Insuficiente manejo de las operaciones de gestión administrativas por parte de los trabajadores en sus actividades y funciones internas en la compañía Ltda. Mundo Office.

- Ineficiente estrategias de venta de útiles y equipos de oficina en la librería para la satisfacción de los clientes.
- Informalidad de la compañía Ltda. Mundo Office. por las medidas y políticas económicas por el actual gobierno sobre el excesivo pago de impuesto.
- Falta de un plan estratégico para aumentar las ventas y utilidades en la administración y por ende el crecimiento empresarial.

b) Efectos

- Afecta las ventas y comercialización de los productos u artículos que ofrece la librería a los clientes, disminuyendo su rentabilidad y utilidades.
- Instituye ineficiencia y eficacia en el mercado en los meses de mayor demanda de venta en la compañía Ltda. Mundo Office.
- Genera aspectos improcedentes en el entorno actual empresarial disminuyendo la inserción laboral de los trabajadores.
- Insatisfacción en los clientes e inexactitud en el mejoramiento administrativo de la compañía Ltda. Mundo Office.

1.1.2. Pronóstico

- El respectivo proceso y el manejo de las operaciones de la gestión administrativa fortalece las ventas y comercialización de productos en la compañía Ltda. Mundo Office
- Adecuados precios de los útiles y equipos de oficina mantienen una mayor demanda de ventas, y complacencia a los clientes.

- Restablecer mecanismos que ayuden a solventar las medidas y políticas económicas del gobierno para una mejor atribución en el entorno actual empresarial que acontece la compañía.
- Implementación de un plan estratégico que fortalecerá y mejorara el área administrativa de la compañía Ltda. Mundo Office

1.1.3. Formulación del Problema

¿De qué manera el plan estratégico de comercialización incide en el crecimiento empresarial de la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2015-2019?

1.1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cómo se podrá realizar un estudio de sobre la situación interna y externa de la compañía Ltda. Mundo Office del cantón Quevedo?
- ¿De qué manera se podrá determinar estrategias para el crecimiento empresarial de Mundo Office.
- ¿Cómo fundamentar un plan estratégico para el mejoramiento administrativo en la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2015-2015?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Diseñar un plan estratégico para el crecimiento empresarial de la compañía Ltda. Mundo Office, del cantón Quevedo periodo 2015-2019.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional interno y externo de la compañía Ltda. Mundo Office del cantón Quevedo.
- Determinar estrategias para mejorar el crecimiento empresarial de Mundo Office.
- Proponer un plan estratégico para el mejoramiento administrativo en la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2015-2019

1.3. Justificación

La implementación de un plan estratégico para el crecimiento empresarial de la compañía Ltda., mundo office cantón Quevedo, tiene importancia porque permitirá aprovechar el gran potencial de demanda sobre el servicio que brinda esta empresa a la población y además contribuirá a su desarrollo empresarial. Esta investigación será de gran utilidad para su propietario ya que le permitirá tener un mayor conocimiento del mercado-

Por esta razón, fue factible realizar un plan estratégico para el crecimiento empresarial que genere un nuevo modelo de alcance administrativo que permite a la compañía Ltda. Mundo Office emprender en sus venta y satisfacción al cliente siendo una de las librerías, más completas del cantón Quevedo.

Además las personas que optan por comprar los productos como útiles y equipos de oficina no todos mantienen ingresos económicos estables por esta razón, se efectuaron diversas estrategias que ayuden a que estas personas para que puedan comprar sus productos de calidad a un buen precio y la compañía mantenga una mayor demanda de ventas.

Por consiguiente es necesario reconocer que la gestión empresarial dedicada a las ventas de todo tipo de productos y servicios en el ámbito de la comercialización es indispensable, para el desarrollo y el crecimiento de la ciudad de Quevedo, ya que en la actualidad el mercado se encuentra dinamizado en la actividad comercial, abriendo fuentes de empleo para sus habitantes.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Estrategia

(Rojas Lopez, 2012) El autor cita que en el diccionario Larousse define a estrategia como el arte de dirigir operaciones, militares, habilidad para dirigir, manifiesta este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en particular a actividades de negocios pág. 29

(Chiavenato, 2011) Indica que la estrategia se refiere a la fase del proceso de administración estratégica en la que los ejecutivos de la alta gerencia estudian y evalúan si la estrategia elegida, tal como fue implementada y ejecutada alcanza los objetivos propuestos. Pag.287

2.1.2. Estudio de mercados

(Padilla, 2013)El autor dice que el mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o un servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios. Pág. 52

(Urbina, 2010) Manifiesta que el estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.Pàg.7

(Herrera, 2012) El autor puntualiza que para reunir estos aspectos, se ubican tres grandes partes de un estudio de mercados: 1.- El consumidor y la demanda del mercado y del proyecto (históricas, actuales y futuras) 2.- la competencia y la oferta del mercado y del proyecto (históricas actuales y futuras) y 3.- la comercialización del producto y servicio del proyecto Pág. 79

2.1.3. Demanda

(Urbina, 2010) Puntualiza que demanda es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros. Pág. 43

(Chain, 2010)El autor define a la demanda la búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones. Pág. 211

2.1.4. Los fundamentos de la estrategia

(Chiavenato, 2011). Puntualiza La estrategia es básicamente, el curso de acción que la organización elige, a partir de la premisa de que una posición futura diferente le proporcionará ganancias y ventajas en relación con su situación actual. Al mismo tiempo, la estrategia es un arte y una ciencia; es reflexión y acción, o bien es pensar para actuar y no tan solo pensar antes de actuar. En esencia, la estrategia es una acción que involucra a toda la organización y que consiste, por una parte, en seleccionar de entre varias alternativas existente la más conveniente. Pág.4

(Rojas Lopez, 2012)La planeación es la etapa que forma parte del proceso administrativo mediante la cual se establecen directrices, definen estrategias y se seleccionan alternativas y cursos de acción, en función de objetivos y metas generales económicas, sociales y políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales y potenciales que permitan establecer un marco de referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo y espacio , logrando una predicción lo más probable del futuro para generar planes que puedan garantizar el éxito. Pág.14

2.1.5. Ventajas y desventajas de la planeación

(Rojas Lopez, 2012). Según el autor, más que una desventaja, se toman como falencias de la planeación, ya que no se puede afirmar que exista una desventaja realmente. Se puede decir que tal vez la más importante ventaja es tener la forma de prever, realmente grado de confianza en la asertividad frente a las decisiones, con ella se puede medir la gestión que se realiza desde el momento en que se hizo, para saber cómo va el cumplimiento de los objetivos. Pág. 25

(Chiavenato, 2011) Cada organización nace del sueño o de la voluntad de sus fundadores y de lo que ello cree respecto de alguna necesidad del mercado que satisfarán, así como de

los compradores que sabrán valorar lo que hace la organización. Esas voluntades y creencias están envueltas por una mención estratégica. Pág.71

2.1.6. Planear

(Berghe, 2010) Explica que planear implica que el gerente y los directivos proyecten de antemano sus metas y acciones. Para poder realizar la planeación es necesario tener la visión proyectada de la empresa. Para proyectar las metas y acciones, hay que poseer un amplio conocimiento de la organización, de las actividades que se realizan, de la competencia, del mercado en general y del medio socio económico actual y proyectado, en el que opera o planea realizar operaciones la compañía. Pág.82

(Idalberto, 2010) Planear define a donde se pretende llegar, lo que debe hacerse, cuando, como y con qué secuencia, la planeación es la función administrativa que determina anticipadamente cuales son los objetivos que deben alcanzarlos, Pág.67

2.1.7. Liderazgo empresarial

(Flores Uribe, 2012). El autor aclara que el sueño de ser empresario es el punto de partida del proceso para convertirse en emprendedor. Este deseo es el resultado de diferentes estímulos personales, sociales y culturales, que lo impulsa a realizar un nuevo proyecto. Además explica que el emprendedor es considerado un líder, por cuanto identifica oportunidades donde otros no la ven o solo encuentran dificultades. Es la persona que ve una oportunidad de negocio cuando su entorno solo identifica dificultades. El emprendedor es una persona que está en condiciones de identificar una oportunidad que ofrece el mercado y ha tenido la motivación, el impulso, y la habilidad de movilizar recursos con el fin de poder lograrla. Pág.19

Para T, Peters (1993) indica que el liderazgo significa visión, estímulos para los demás, entusiasmo, confianza, vigor, prestar atención, el liderazgo está presente en todos los niveles de la organización

2.1.8. El mercado proveedor

(Chain, 2010) Según el autor en el mercado de los proveedores se deben estudiar tres aspectos fundamentales; el precio de los insumos, la disponibilidad y la calidad. El precio de los insumos tal como lo explica el autor determinará una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de los activos fijos como del capital operativo. En este sentido, se deberá investigar lo que se denomina concepto ampliado del precio, el que además de determinar los valores actuales en que se tranzan los insumos en el mercado y sus tendencias a futuro. Pág. 56

(Padilla, 2013) Dentro de esta categoría se identifican todos aquellos mercados caracterizados por: a) un alto número de participantes, inexistencia de barreras de accesos y c) un bajo grado de diferenciación de los productos. Pág.55

2.1.9. Análisis de la demanda

(Urbina, 2010) el autor manifiesta que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y cuantificar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda, la demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingresos de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera. Pág. 15

(Padilla, 2013) La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por conjunto de consumidores en un momento determinado. Pág.62

2.1.10. Análisis de la oferta

(Castro, 2010) Manifiesta el autor que oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades, la oferta se puede clasificar de la

siguiente manera. Según el grado de dominio que los fabricantes o productores tengan sobre el mercado: oferta mercado libre, oferta oligopólica, oferta monopólica. Pág.42

(Velez, 2013) El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto. Pág.52

2.1.11. Políticas

(Fred, 2013) Las políticas son los medios para alcanzar objetivos anuales. Las políticas consisten en directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos realizados para alcanzar dichos objetivos, las políticas orientan la toma de decisiones y el manejo de situaciones repetitivas o recurrentes. Pág.48

2.1.12. Estrategias

(Fred, 2013) Las estrategias son los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos a largo plazo. Algunas estrategias de negocios son la expansión geográfica, la diversificación, la adquisición, el desarrollo de productos, la penetración del mercado. Pág.63

2.2. Marco referencial

2.2.1. La administración y su importancia

(Munch L. , 2010) La administración es una actividad indispensable en cualquier organización, de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad. Existen diversos conceptos de administración, coloquialmente se dice que: “administración es hacer algo a través de otros”, otra acepción es lo que se conoce como la “ley de oro de la administración”, entendida como hacer más con menos. Pág. 123

2.2.2. Administración estratégica

(Fred, 2013) La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica, se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo, y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización. El termino administración estratégica se utiliza en este texto como sinónimo del termino planeación estratégica. Este último se utiliza con más frecuencia en el mundo de los negocios, en tanto el primero se utiliza más en el campo académico. Algunas veces el termino administración estratégica se emplea para referirse a la formulación, implementación y evaluación de estrategias, y planeación estratégica se refiere solo a la formulación de estrategias. El propósito de la administración estratégica es crear y aprovechar oportunidades nuevas y diferentes para el futuro; en contraste, la planeación a largo plazo busca optimizar las tendencias de hoy para el mañana. Pág. 89

2.2.3. Etapas de la administración estratégica

El proceso de la administración estratégica consta de tres etapas Formulación, implementación y evaluación d estrategias. La formulación de estrategias implica desarrollo una visión y misión, identificar las oportunidades y amenazas externas de la empresa, determinar las fortalezas y debilidades internas, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias particulares que se han de seguir. Entre los temas implicados en la formulación de estrategias están en decidir en qué nuevos negocios incursionar, que negocios abandonar, como asignar los recursos, expandir las operaciones o diversificarse, ingresar a mercados internacionales, fusionarse o formar una sociedad, y como evitar una adquisición hostil.

Como ninguna empresa cuenta con recursos ilimitados, los estrategas deben decidir que estrategias alternativas le reportaran más beneficios. Las decisiones tomadas al formular estrategias comprometerán a una organización con ciertos productos, mercados, recursos y tecnologías durante un periodo de tiempo prolongado. De la estrategia dependerán las ventajas competitivas a largo plazo. Para el bien o para el mal, las decisiones estratégicas

traen consecuencias multifuncionales importantes y efectos duraderos en una organización. Pág. 96.

2.2.4. Competitividad y administración

(Munch L. , 2010) Además de la calidad del producto o servicio, existen múltiples factores que promueven una mayor competitividad, por ejemplo, el precio, las estrategias de mercado y el servicio. Un excelente producto o servicio, sin el soporte de una adecuada administración, no tendrá permanencia en el mercado. De ahí la importancia de esta disciplina y sus técnicas para garantizar la competitividad y el éxito empresarial. Los productos o servicios deben reunir ciertas características particulares que las diferencien de otros similares, de tal forma que cumplan con las expectativas del cliente, con la finalidad de asegurar su aceptación en el mercado. Pág. 114

2.2.5. Proceso administrativo

(Munch L. , 2010) La administración comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina correctamente.

En la administración de cualquier empresa existen dos fases: una estructural en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos; y otra operacional, en las que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración. La mecánica administrativa es la parte de diseño y arquitectura de la administración en las que se establece lo que debe hacerse. Mientras que durante la dinámica se implanta lo establecido durante la mecánica, en pocas palabras se refiere a la operación de la empresa Pág. 116

2.2.6. Las empresas

(Idalberto, 2010) Según el autor, proporcionar una idea de las empresas, concibiéndolas como clases de organizaciones sociales y como sistemas abiertos, las empresas constituyen una de las más complejas y admirables instituciones sociales que la creatividad y el ingenio humano hayan construido las empresas de hoy son diferentes de las de ayer,

probablemente, mañana y en el futuro lejano no se presentaran diferencias todavía mayores. No existen dos empresas semejantes, pues su principal característica es la diversidad, las empresas tienen tamaños y estructuras organizacionales distintas. Pág. 78

2.2.7. Modelos estratégicos

(Chiavenato, 2011) Según el autor los modelos estratégicos actúan como herramientas que apoyan la toma de decisiones y estimulan e inspiran estrategias en razón de sus premisas. Además presenta y explica cuatro modelos estratégicos:

Matriz de crecimiento del producto/mercado.- Indica que las declaraciones de la misión y de los objetivos de la mayor parte de las organizaciones destacan el crecimiento, es decir, la intención de aumentar los rendimientos y las utilidades. Al buscar la utilidad, la organización debe considerar sus mercados y sus productos para decidir si continúa haciendo lo mismo, cada vez más y mejor, o si se aventura a tomar nuevos riesgos. Pág. 83

2.2.8. Ventajas y desventajas de la planeación

(Rojas Lopez, 2012) Indica que más que unas desventajas, se toman como falencias de la planeación, ya que no se puede afirmar que exista una desventaja realmente. Se puede decir que tal vez la más importante ventaja es tener la forma de prever, el grado de confianza en la asertividad frente a las decisiones, con ella se puede medir la gestión que se realiza desde el momento en que se hizo, para saber cómo va el cumplimiento de los objetivos. Como principal desavenencia se podría mencionar el manejo de la información para la toma de decisiones a largo plazo.

La planeación es ventajosa, dependiendo desde el punto de vista que se mire, si es de quien planea y da resultados bueno, pero si es de alguien que esta inmiscuido en el proceso y se ve muy afectado en su posición, entonces no sería tan ventajoso. Pág.25

2.2.9. Funciones de la administración

(Koontz, 2012) Muchos estudios y gerentes han encontrado que la organización útil y clara del conocimiento facilita el análisis de la administración. Por tanto, al estudiar administración es necesario desglosarla en cinco funciones gerenciales (planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar), alrededor de las cuales puede organizarse el conocimiento que las subyace. Así, los conceptos, los principios, las teorías y las técnicas administrativas están agrupados en cinco funciones Pág. 67

2.2.10. Estrategas

(Fred, 2013) Los estrategas son las personas en las que recae la mayor responsabilidad del éxito o fracaso de una empresa. Los estrategas tienen diversos títulos como presidente, dueño, presidente del consejo, director ejecutivo, canciller, decano o empresario. Los estrategas ayudan a una empresa a recabar, analizar y organizar la información. Observan las tendencias competitivas y de la industria, desarrollan modelos predictivos y análisis de escenarios, evalúan el desempeño corporativo y divisional, reconocen las oportunidades en los mercados emergentes, identifican las amenazas de negocios y desarrollan planes de acción creativos. Los planificadores estratégicos suelen desempeñar cargos administrativos importantes. Normalmente se los encuentra en niveles altos de gerencia, por lo general tiene la autoridad para tomar decisiones en la empresa Pág. 72

2.2.11. Declaración de la visión y la misión

(Fred, 2013) Hoy en día, muchas organizaciones redactan una declaración de la visión, la cual responde a la pregunta “En que nos queremos convertir”. Se considera que formular una declaración de visión es el primer paso en la planeación estratégica, y precede incluso a la declaración de la misión. Muchas declaraciones de visión constan de una sola frase.

La declaración de la misión es una “afirmación perdurable acerca del propósito que distingue a una empresa de otras similares. La declaración de la misión identifica el alcance de las operaciones de una empresa en términos de producto y mercado Pág. 75

2.2.12. Oportunidades y amenazas externas

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

- La disponibilidad de capital ya no se puede dar por hecho
- Los consumidores esperan operaciones y productos ecológicos
- El marketing está trasladándose con rapidez a Internet
- Los precios de los alimentos básicos están aumentando
- La actividad de los hackers informáticos ha ido en aumento
- la intensa competencia de precios ha afectado a la mayoría de las empresas
- las tasas de desempleo y subempleo permanecen altas
- Las tasas de interés están en aumento
- Los ciclos de vida de los productos se acortan
- Los gobiernos estatales y locales son financieramente débiles

Pág. 77

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

La ejecución de este trabajo de investigación corresponde al cantón Quevedo, perteneciente a la Provincia de los Ríos. Su población es de 173.585 habitantes, con una superficie de 5265 km². La duración del presente trabajo de Investigación tiene una duración de 90 días.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Investigación de Campo

Por medio de la investigación de campo se la efectuó en las calles céntricas de la ciudad de Quevedo, empezando desde los locales o sucursales de la compañía Mundo Office, además es indispensable, verificar el lugar de los hechos donde se efectuó la investigación, y se pudo describir los aspectos y hechos de mayor importancia sobre el desempeño administrativo y de servicios.

3.2.2. Investigación Bibliográfica

De tal manera que la investigación del trabajo de titulación se fundamenta a través de los procesos más relevantes e información elemental sobre el marco conceptual y las referencias bibliográficas que por medio de las teorías, modelos, antecedentes históricos y las respectivas variables de los objetivos generales y específicos que complementan el estudio y conocimiento sobre la presente indagación.

3.2.3. Investigación Descriptiva

A través de la investigación descriptiva se observó y determinó los aspectos necesarios para la ejecución de la exploración ampliando todo los factores que ayudaron a determinar el problema de la investigación, de la librería Mundo Office en la ciudad de Quevedo, con su respectiva información pertinente.

3.3. Metodología de la Investigación

3.3.1. Método deductivo

A través de este método permitió de forma general estudiar la problemática sobre las estrategias de comercialización y su incidencia en el crecimiento económico de la librería Mundo Office, especificando el problema de investigación respectivo para el debido proceso de la investigación, para definir los objetivos y resultados, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

3.3.2. Método inductivo

Con respecto al método inductivo se destacó los procedimientos de los respectivos objetivos específicos que completan la investigación para la operacionalización de las variables, en la cual se procedió a ejecutar el plan estratégico de comercialización para los resultados necesarios de la investigación.

3.3.3. Método científico

Por medio de este método se efectuó las debidas situaciones o expectativas que proporciona la compañía Mundo Office en el cantón Quevedo verificando las acciones y administración, para su desarrollo, a través de esta investigación se verificó una correcta ejecución del plan estratégicos de comercialización.

3.4. Fuentes de recopilación de investigación

3.4.1. Fuente primaria

Por medio de las fuentes primarias se aplicó diversos documentos, textos, artículos y revistas científicas que proporcionaron información relevante y necesaria para el desarrollo del trabajo de titulación, especificando las variables, conceptos e indicadores indispensables para la ejecución del mismo.

3.4.2. Fuente secundaria

Por consiguiente se realizó las encuestas en la zona céntrica del cantón Quevedo y la entrevista al Gerente de la librería y papelería Mundo Office compañía Ltda. Además se efectuó la observación directa para verificar los posibles problemas y dificultades que presenta la compañía.

3.5. Diseño de la Investigación

La investigación es cualitativa por los efectos y situaciones en la cual atraviesa la compañía que comprende su administración y su desarrollo económico, por otra parte es cuantitativa por los datos estadísticos en la cual fueron proporcionados a través de la población y el universo de la muestra.

3.5.1. Población

Con respecto a la población del cantón Quevedo y sus habitantes de las zona céntrica 173,585 habitantes, según el INEC del Ecuador.

Cuadro 1.Población

Objeto de la Investigación	Población	Muestra
Población Urbana	150.827	86,90%
Población Rural	22.748	13,10%
TOTAL	173.585	100%

Fuente:INEC 2010

Elaborado por: La Autora

3.5.2.Muestra

El tamaño de la muestra lo calcularemos con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq} n$$

$$n = \frac{1,96^2 (0,5) (0,5) (173585)}{0,05^2 (173585 - 1) + 1,96^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0,25) (173585)}{0,0025 (173584) + 3,8416 (0,0025)}$$

$$n = \frac{(0,9604) (173585)}{433.96 + 0,009604} n = \frac{166711.034}{433.960604} n = 384$$

3.6. Instrumentos de Investigación

3.6.1. Encuesta

Se la efectuó en la zona céntrica de la ciudad de Quevedo, además por medio de las respectivas encuestas para obtener la información necesaria que ayudó a la implementación de la investigación

3.6.2. Observación Directa

Por medio de la observación directa se logró entrar en contacto directo en el lugar de los hechos en la Librería Mundo Office en las diversas sucursales del cantón Quevedo en la cual se encuentran sus personales administrativos, de servicios y las personas en la cual adquieren los productos por sus compras.

3.6.3. Entrevistas

Además la entrevista se la realizó al Gerente de la compañía el Lcdo. Augusto Tipantuña y al Director del área de administración, por consiguiente es favorable la información en la cual están presto a proporcionar, de ayuda en gran medida a reconocer la situación actual que atraviesa la compañía.

3.6.4. Instrumentos

Los instrumentos a entregar son los respectivos procesos de recolección de datos como son fichas, encuestas, libros, artículos, y otras fuentes como la entrevista que nos fortaleció la investigación.

3.7. Tratamiento de los datos

La investigación se fundamenta por la tabulación de los datos de la operacionalización de las variables de los objetivos en la cual se formularon las preguntas de la encuestas por medio del programa SPSS para la tabulación de los datos estadísticos.

3.8. Recursos humanos y materiales

Cuadro 2. Recursos humanos y materiales

Materiales	Cantidad
Equipo de Oficina	
Computadora	1
Impresora	1
Muebles de Oficina	
Hojas A4 (resma)	5
Pendrive	2
Empastados	3
CD	7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados.

4.1.1. Entrevista aplica al gerente propietario de la compañía Ltda. Mundo office del cantón Quevedo.

1.- ¿Cree usted que la empresa Mundo Office necesita de un plan estratégico para mejorar la atención a los clientes

Si (X)

No ()

Porque;

El Plan Estratégico nos ayuda a definir los objetivos y cuáles son las mejores acciones que deben llevarse a cabo para alcanzar dichos objetivos lo cual genera coherencia entre las acciones que se realizan y las expectativas de la Dirección poniendo a la empresa en relación con las necesidades del entorno...

2.- ¿Su empresa tiene publicidad?

Si (X)

No ()

Mi empresa siempre se ha caracterizado por su publicidad y la cogida que tiene la población, ya que es una herramienta muy útil y necesaria para poder obtener más clientes y mejorar la rentabilidad.

3.- ¿Cómo considera la publicidad que su empresa utiliza?

Buena (X)

Regular ()

Mala ()

La publicidad emitida es buena ya que el mensaje que se requiere tiene que ser muy claro y entendible, para la población y comunicar las ventajas que ellos tendrían al compra en Mundo Office.

4.- ¿Los productos que vende la empresa los considera?

Total satisfacción (X)

Nivel medio ()

Regular ()

Siempre mundo Office se ha caracterizado por entregar productos de excelente calidad y que satisfagan las necesidades de los clientes, convirtiéndonos la empresa líder de útiles escolares en el mercado del cantón Quevedo.

5.- ¿Realiza la empresa promociones?

Permanentemente (X)

De vez en cuando ()

Rara vez ()

La promociones en mundo Office se realizan permanentemente por los artículos que se comercializan ya sea los útiles, equipos de cómputo, muebles de oficinas etc.

6.- Como considera sus productos en relación con los de la competencia

Caros ()

Iguales ()

Económicos (X)

Todos los productos que se venden en Mundo Office son económico en comparación con la competencia siempre mantenemos los precios.

7.- ¿Cuenta siempre con los productos solicitados por sus clientes?

Siempre (X)

A veces ()

Regularmente ()

Siempre contamos con una gran variedad de productos y si los clientes solicitan artículos nuevos se realizan los pedidos y se entregan inmediatamente.

8.- ¿Considera usted que el espacio de atención a los clientes es adecuado?

Si (X)

No ()

En cuanto al espacio físico para la atención de nuestros clientes, como dueño de la empresa si considero que es adecuado, ya que contamos con tres sucursales más para brindar una excelente atención.

9.- ¿Marque en orden de jerarquía los inconvenientes que tiene con los actuales proveedores de las mercancías?

Tardan mucho en entrega ()

No entregan la cantidad solicitada ()

Hay problemas en facturación ()

Se entrega material muy defectuoso ()

Otros problemas-----

Ninguno (X)

La relación con nuestros proveedores es excelente cumplen con la entrega de mercadería en el tiempo establecido y si llega algún artículo defectuoso enseguida se realiza la devolución del mismo.

10.- ¿Cómo percibe usted el comportamiento de la demanda de productos en el mercado?

Va en aumento () Continúa constante (x) Reduce ()

El comportamiento de la demanda en relación a nuestro negocio continua constantemente siempre se mantiene las ventas y una gran ventaja el tiempo de temporada escolar fluye más la demanda de productos.

11.- ¿Cómo considera usted el nivel de amenazas para la empresa que usted dirige?

Malo (x)

Bueno ()

Muy bueno ()

Excelente ()

Porque:Nuestro nivel ya es conocido en el medio

4.1.2. Encuesta aplica ala población del cantón Quevedo para conocer la preferencia de compra en la compañía Ltda. Mundo office.

- 1. ¿Cree usted que la empresa Mundo Office necesita de un plan estratégico para mejorar la atención a los clientes?**

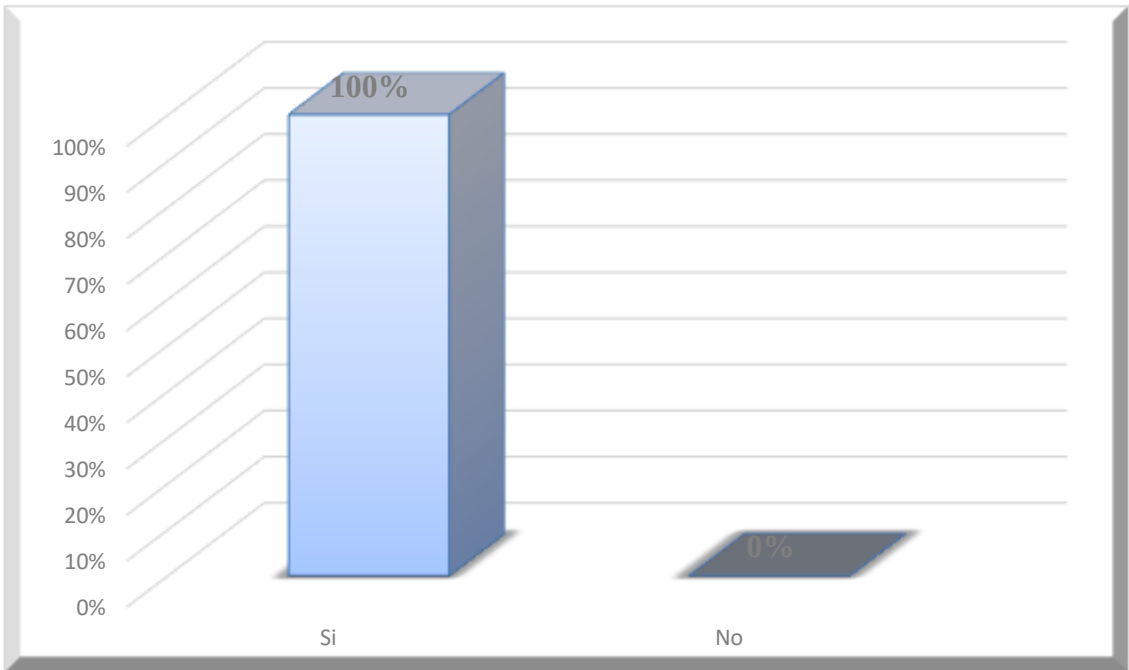
Cuadro 3.Considera que Mundo Office requiere un plan de estratégico

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 1.Considera que Mundo Office requiere un plan de estratégico



Análisis:Al cuestionar a los clientes de la empresa Mundo Office si cree que es necesario un plan estratégico para mejoras en la atención al cliente el 100% de los mismos indico que si estarían conformes para un mejor atención e imagen de la empresa.

2. ¿Cómo considera usted, el servicio que le brinda la empresa Mundo office de la ciudad de Quevedo?

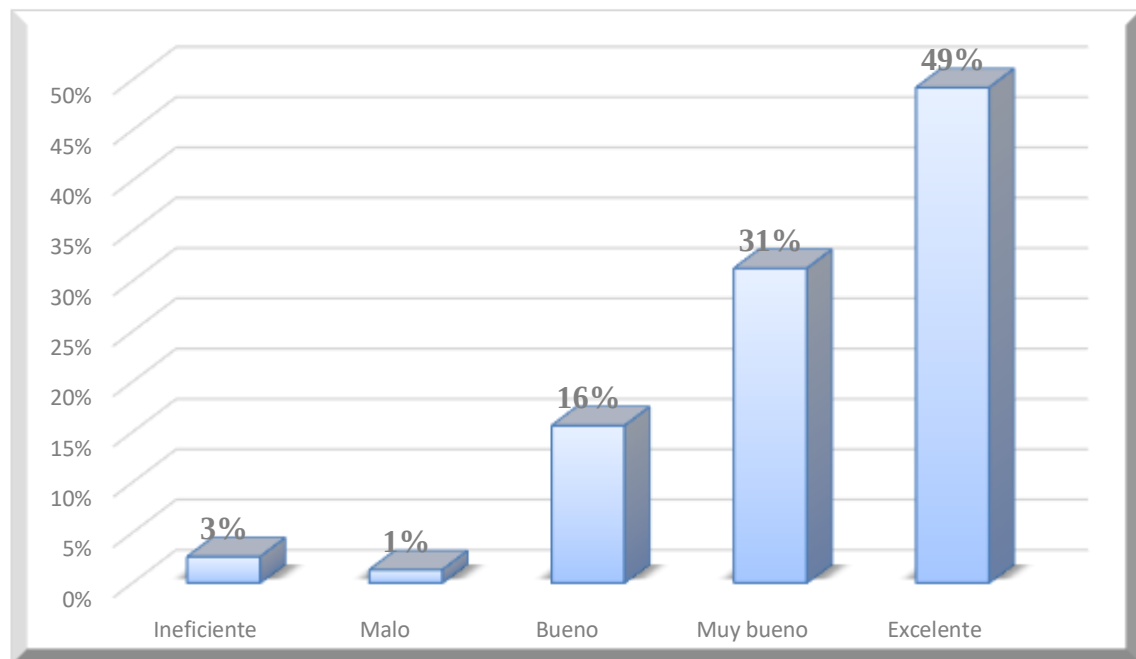
Cuadro 4. Como considera el servicio de Mundo Office

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Ineficiente	10	3%
Malo	5	1%
Bueno	60	16%
Muy bueno	120	31%
Excelente	189	49%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por: La Autora

Figura 2. Como considera el servicio de Mundo Office



Análisis: Se observa en la grafico que calidad es el servicio que ofrece actualmente este empresa, el 49% dice que es excelente están conformes como han sido atendidos, el 31% es muy bueno no se quejan, el 16% es bueno, el 3% lo considera ineficiente no tienen un recuerdo agradable en la atención, mientras un 1% lo considera malo.

3. ¿Cuáles son los motivos por los que adquiere los servicios en la empresa “Mundo Office”?

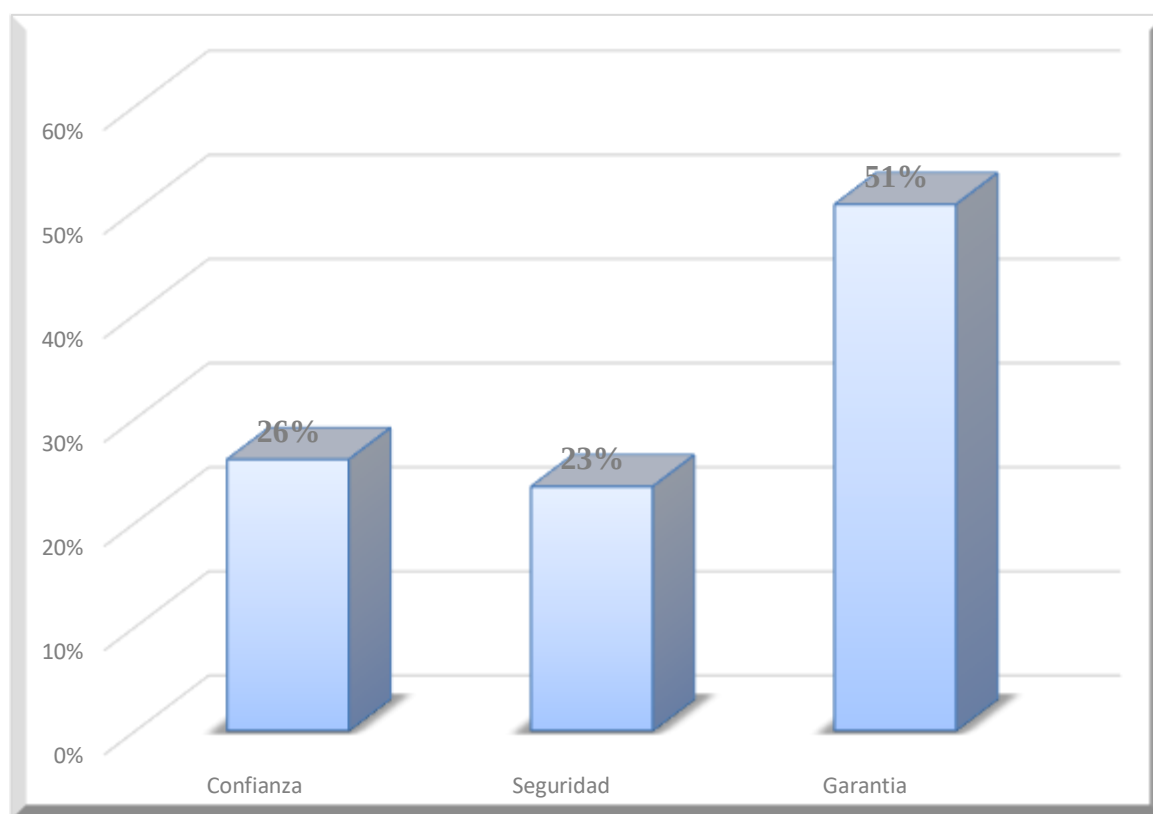
Cuadro 5. Motivos porque adquiere los servicios de esta empresa

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Confianza	100	26%
Seguridad	90	23%
Garantía	194	51%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por: La Autora

Figura 3. Motivos porque adquiere los servicios de esta empresa



Análisis: El motivo porque los clientes adquieren los productos en esta empresa es, el 51% por la garantía que ofrecen en los mismos, el 23% por su seguridad son de calidad mencionan, mientras un 26% indica que es por confianza.

4. ¿Con qué frecuencia acostumbra comprar en la empresa Mundo Office?

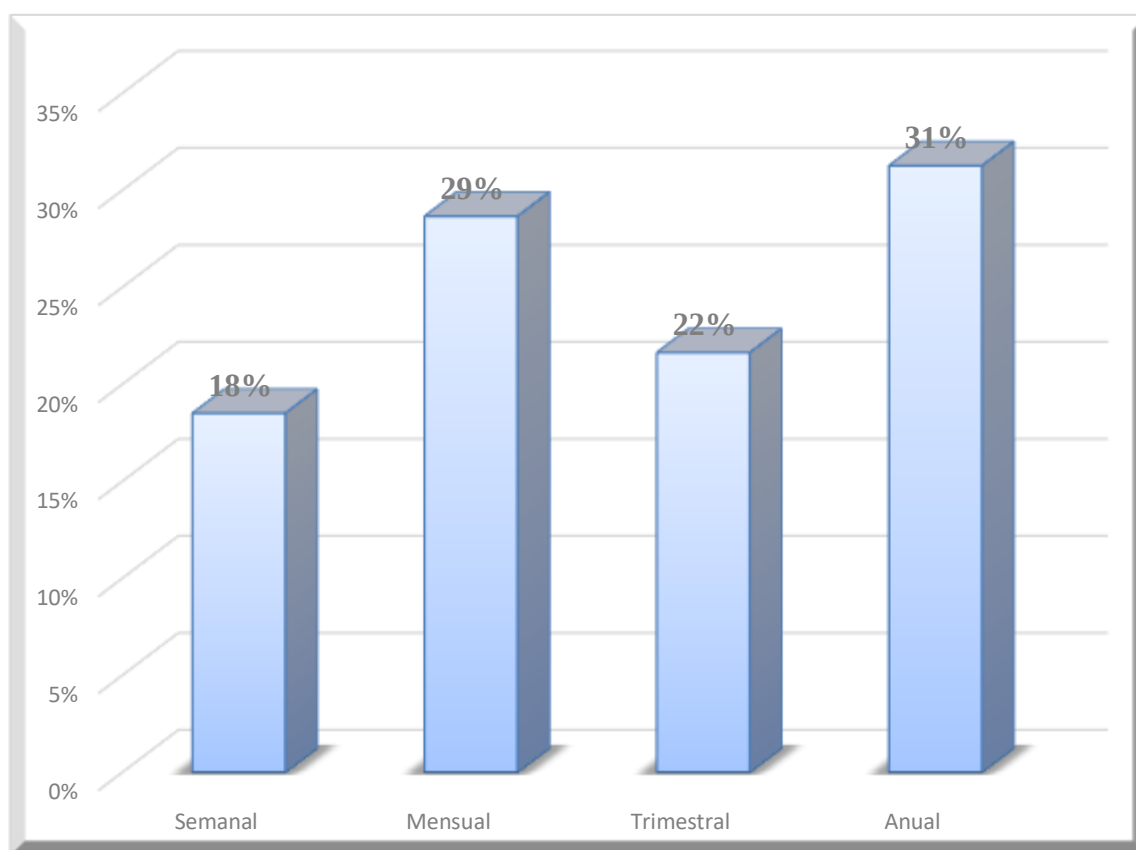
Cuadro 6.Frecuencia de compra

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Semanal	71	18%
Mensual	110	29%
Trimestral	83	22%
Anual	120	31%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 4.Frecuencia de compra



Análisis: La frecuencia en que adquieren los clientes estos productos es, el 31% lo hace anual, el 29% va mes, el 22% acude trimestral, mientras un 18% en menor porcentaje prefiere ir semanal.

5. ¿Cómo describe usted los precios determinados de los productos que oferta la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

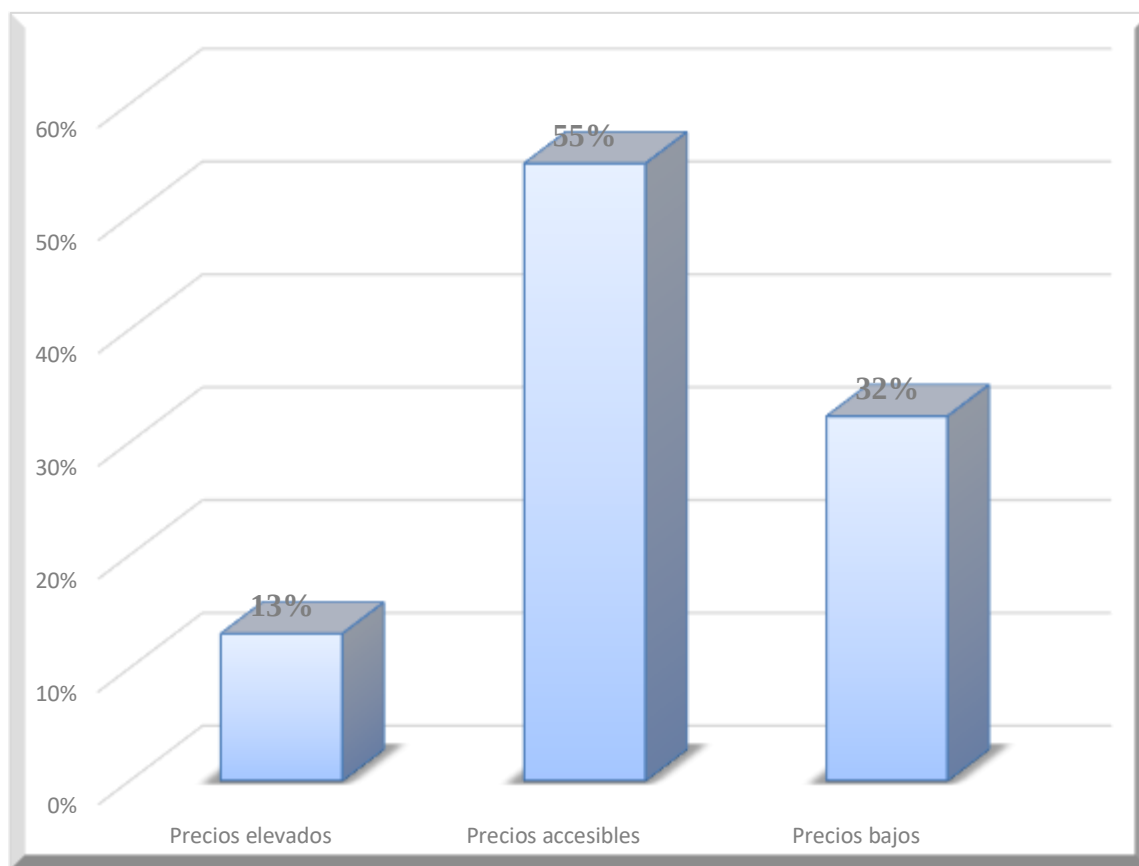
Cuadro 7. Como considera los precios de los productos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Precios elevados	50	13%
Precios accesibles	210	55%
Precios bajos	124	32%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por: La Autora

Figura 5. Como considera los precios de los productos



Análisis: Al indicar a los clientes si los precios que ofrece esta empresa como los ve desde su punto de vista nos dicen los siguiente, el 56% menciona que son accesibles a su economía, 32% alude son precios bajos, mientras un 13% sugiere que son precios elevados.

6. ¿A través de qué medios piensan que convendría promocionar los productos que oferta la empresa Mundo Office?

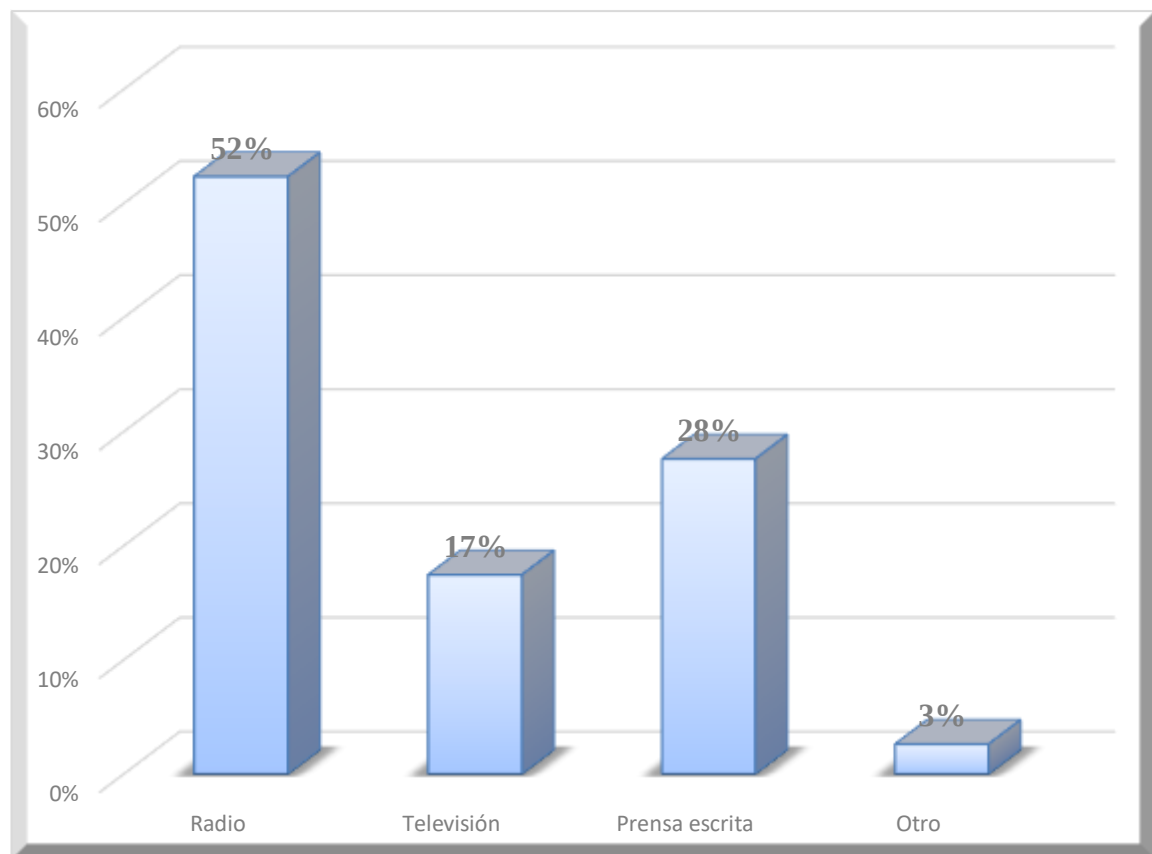
Cuadro 8. Qué medio de comunicación es de su preferencia

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Radio	201	52%
Televisión	67	17%
Prensa escrita	106	28%
Otro	10	3%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por: La Autora

Figura 6. Qué medio de comunicación es de su preferencia



Análisis: Se analiza el medio por el cual resulte más conveniente realizar la publicidad, el 52% opina por la radio, el 28% refiere por prensa escrita, el 17% describe por la televisión, mientras un 3% considera que se lo haga por otro medio.

7. ¿Considera usted que la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo cuenta con variedad de productos?

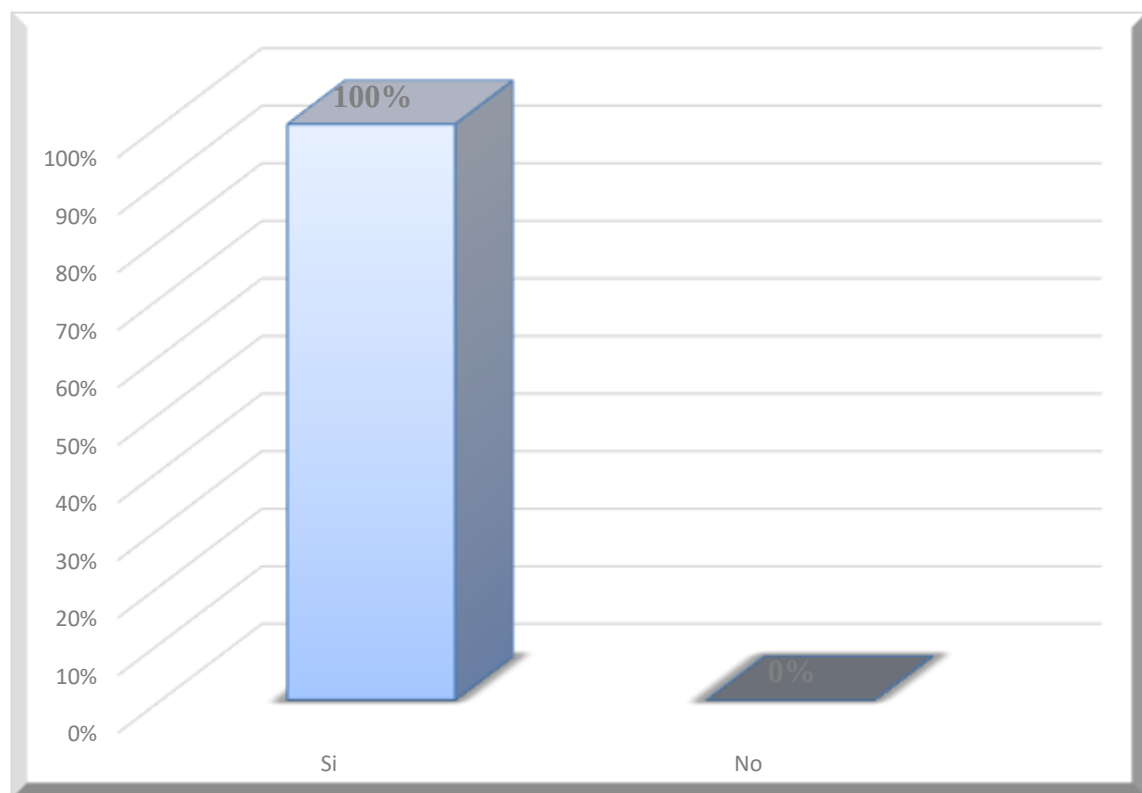
Cuadro 9.Considera que cuenta con variedad de productos

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 7.Considera que cuenta con variedad de productos



Análisis: Los clientes consideran que la empresa si cuenta con una variedad considerable para ofrecen a sus clientes innovación en su cartera de productos tanto en papelería, librería, suministros de oficina, tecnología, entre otros.

8. ¿Qué categoría de producto le agradaría que ampliara la empresa para mejorar el servicio que le ofrece la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

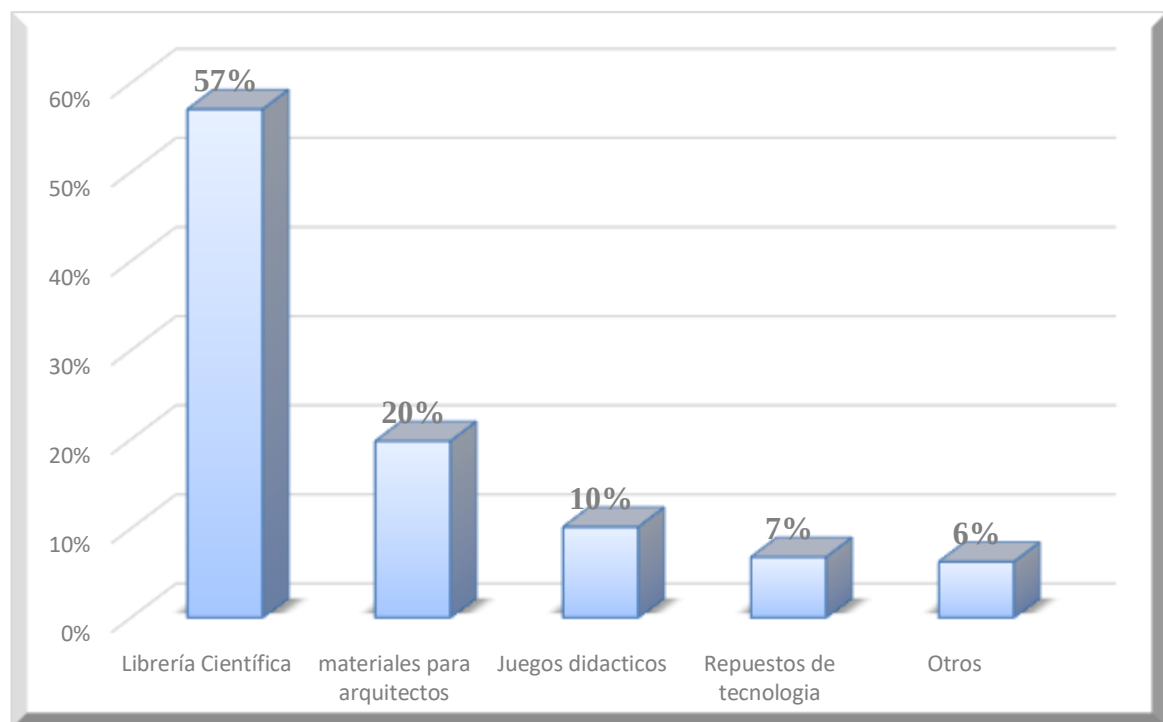
Cuadro 10.Qué clase de productos le gustaría que se incremente

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Librería Científica	219	57%
Materiales para arquitectos	76	20%
Juegos didácticos	39	10%
Repuestos de tecnología	26	7%
Otros	24	6%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 8.Qué clase de productos le gustaría que se incremente



Análisis: La categoría de producto como innovador y de no existir en el medio es la librería científica que ayudarían a los estudiantes universitarios, el 20% prefiere materiales para arquitectos, el 10% indica juegos didácticos para grado inicial, el 7% repuestos de tecnología, mientras un 6% otros no especificados.

9. ¿Considera que el espacio físico del establecimiento permite tener una buena visibilidad al instante de compra?

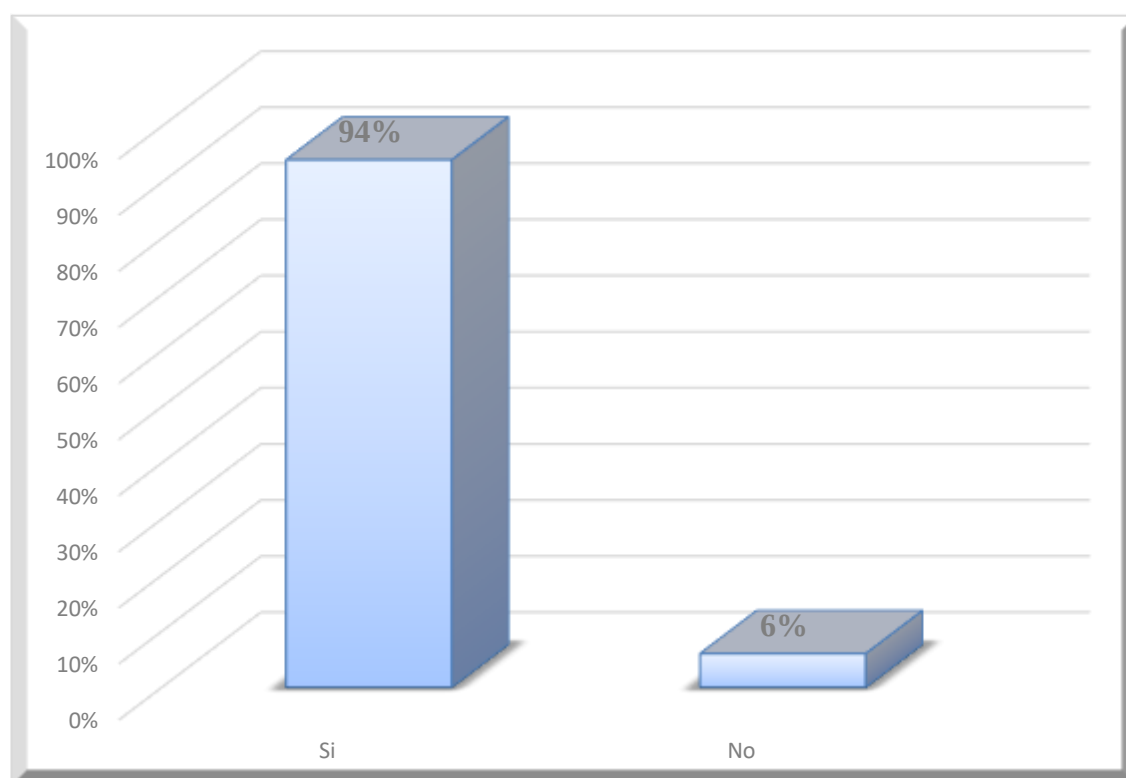
Cuadro 11.Considera que el espacio físico permite tener buena visibilidad

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	361	94%
No	23	6%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 9.Considera que el espacio físico permite tener buena visibilidad



Análisis: Se indaga a los clientes si al momento de comprar en la empresa Mundo Office cuenta con una buena visibilidad en los productos, el 94% manifiesta que si están bien distribuidos, mientras un 6% no le agrada.

10. ¿Tiene conocimiento de que la empresa Mundo Office emplea publicidad para dar a conocer sus productos?

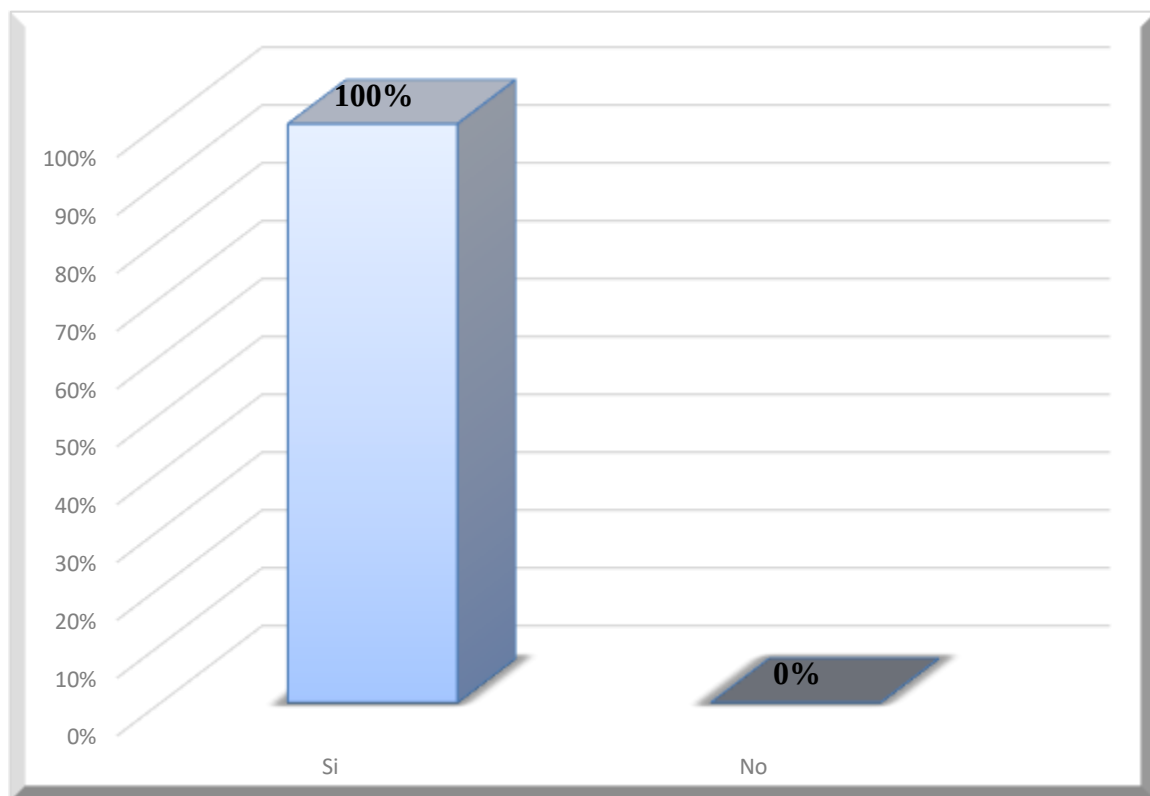
Cuadro 12.Tiene conocimiento de la publicidad de la empresa

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 10.Tiene conocimiento de la publicidad de la empresa



Análisis: Se cuestiona a los clientes si tienen conocimiento que la empresa cuente con publicidad para dar a conocer sus productos, el 100% indica que si tienen acceso a esta información más en temporadas escolar.

11. ¿Porqué medios conoció a la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

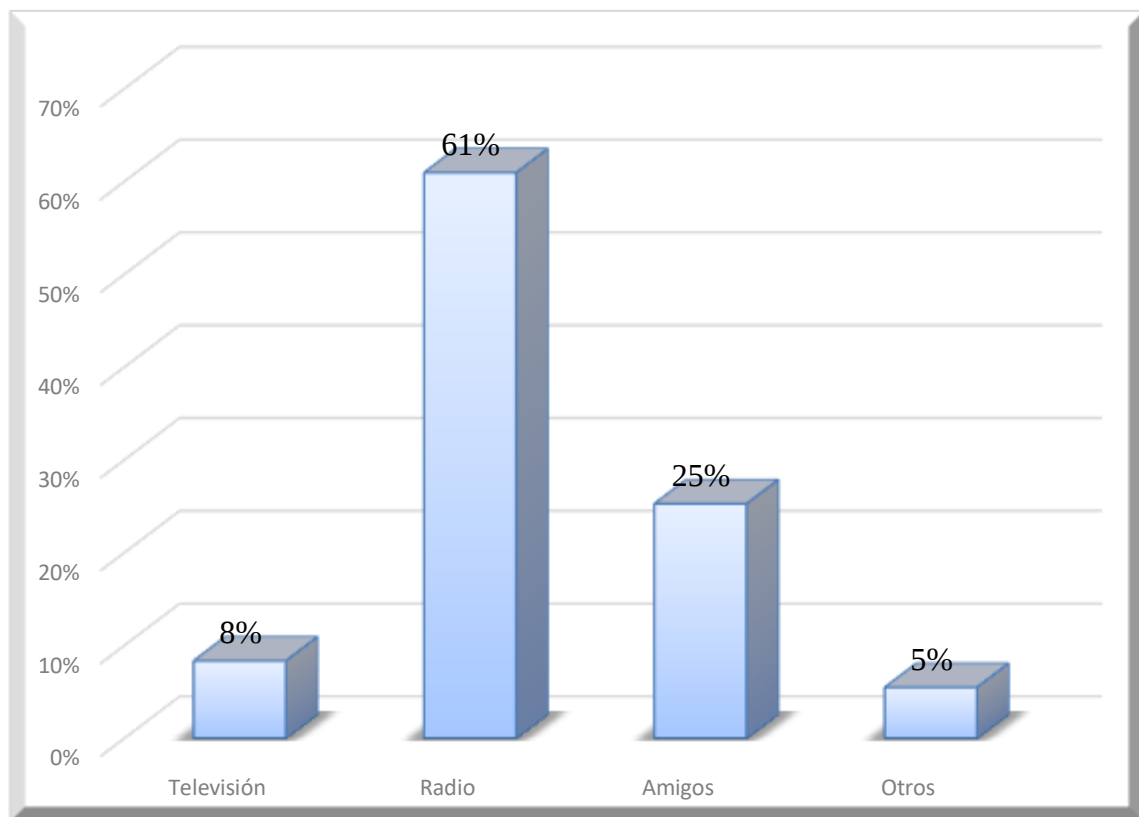
Cuadro 13.Mediante qué medio de comunicación conoció a Mundo Office

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Televisión	32	8%
Radio	234	61%
Amigos	97	25%
Otros	21	5%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de mercados

Elaborados por:La Autora

Figura 11.Mediante qué medio de comunicación conoció a Mundo Office



Análisis: Porque medios se enteró de esta empresa, el 61% dicen que por la radio, el 25% por medios de amigos, el 8% por medio de la televisión, mientras un 5% por otros medios locales.

4.1.3. Entorno interno y Externo de la empresa Mundo Office Ltda del cantón Quevedo.

Cuadro 14.Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
• Excelente ubicación geográfica • Variedad de suministros de librería • Muy buena atención • Buen trabajo en equipo • Incentivos al talento humano por buen desempeño	• Carece de un Plan estratégico • Poca publicidad • Incomodidad en el área de atención a los clientes • Débil capacitación a los empleados • Número de empleados
Oportunidades	Amenazas
• Acelerado Incremento de la población estudiantil(colegios ,escuelas) • Amplia demanda de libros especializados • Extensa oferta de proveedores • Condiciones favorables para crear una nueva sucursal	• Alta competencia • Difícil situación económica de la población • Escaso circulante de dinero • Elevados impuestos • Niveles de Inflación altos.

Fuente: Investigación Directa

Elaborados por:La Autora

4.1.4. Determinar estrategias para mejorar el crecimiento empresarial de Mundo Office.

4.1.4.1. Misión

La misión de Mundo Office será perdurable acerca del propósito que persigue la empresa en relación a las de la competencia, identificará el alcance de las operaciones de Mundo Office en términos de producto y mercado consumidor, identificando cual es el negocio, describiendo los valores y las prioridades de la empresa, pensando en el alcance de las actividades en curso y evaluar el futuro de los mercados, y será un documento para los empleados de la razón de la presencia de la empresa.

4.1.4.2. Visión

La Visión de la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo, responderá a la pregunta, “En que se quiere convertir” como primer paso para el plan estratégico

4.1.4.3. Objetivos a largo plazo

Los objetivos de la empresa Mundo Office serán los resultados que la empresa espera alcanzar a largo plazo en base a la misión establecida. De ellos dependerá el éxito de la empresa y señalaran la dirección, las prioridades, coordinando y estableciendo las actividades de la planeación, organización y control.

4.1.4.4. Formulación de estrategias (matriz FODA)

Las estrategias que se implementaran en la empresa Mundo Office, serán los medios a través de los cuales se alcanzaran los objetivos a largo plazo, estableciendo la diversificación de productos, mayor penetración en el mercado, contando siempre con la decisión del dueño de la empresa y de acuerdo a los recursos económicos de la empresa, decisiones orientadas al futuro

Cuadro 15.Estrategias de la matriz FODA

	Debilidades	Fortalezas
	• Carece de un plan estratégico • Poca publicidad • Débil capacitación a los empleados • Incomodidad en el área de atención al cliente • Número de empleados	• Excelente ubicación geográfica • Variedad de suministros de librería • Buen trabajo en equipo • Muy buena atención • Incentivo al talento humano por su buen desempeño
Oportunidades (O)	Estrategia (DO)	Estrategia (FO)
• Acelerado incremento de la población estudiantil(colegios escuelas) • Amplia de manda de libros especializados • Amplia oferta de proveedores • Condiciones favorables para crear una nueva sucursal	“Apertura sucursales y aumentar número de empleados”	“Conceder crédito en las compras ”
Amenazas (A)	Estrategias (DA)	Estrategia (FA)
• Alta competencia • Difícil situación económica de la población • Escaso circulante d dinero • Elevados impuestos • Niveles de inflación alto	“Ampliar las zonas de atención al cliente”	“Trabajar en equipo cooperando con ideas para desplegar destrezas y habilidades y así conseguir una posición propicia frente a la competencia”.

Fuente: Investigación Directa

Elaborados por:La Autora

Estrategia (DO)

Apertura nueva sucursal y aumentar el número de empleados para la satisfacción del mercado consumidor.

Objetivos

- Ampliar la atención de la empresa
- Cursos de capacitación para los empleados

Metas

- Crear dos sucursales en el cantón
- Incentivar el poder adquisitivo de los clientes

Estrategia (FO)

Conceder crédito en las compras

Objetivos

- Facilidad para la salidas de mercaderías y elevar el nivel de ventas
- Promocionar la calidad de los productos/servicios

Metas

- Aumentar la cartera de productos
- Fidelización de los clientes

Estrategia (DA)

Ampliar las zonas de atención al cliente

Objetivos

- Implementar tecnología
- Comodidad para los clientes

Meta

- Mayor espacio para la atención al cliente y exhibición de los productos

Estrategia (FA)

Trabajar en equipo cooperando con ideas para desplegar destrezas y habilidades y así conseguir una posición propicia frente a la competencia

Objetivos

- Ofrecer mejor atención al cliente
- Aumentar las ventas

Metas

Utilizar servicios Web para llegar con los bienes y servicios que ofrece la empresa a todo el mercado consumidor de artículos de librería

4.1.5. Políticas de la empresa “Mundo Office”

- Llegar con puntualidad a su trabajo
- Mantener la reserva a sobre información confidencial de la empresa
- Mantener activo el buró de crédito para ser aplicado a todos los clientes
- Cumplir y hacer cumplir con responsabilidad y eficacia las labores encomendadas
- Cumplir con las norma establecidas sobre la equidad de genero
- Aplicar valores éticos en beneficio de la empresa

4.1.6. Matriz de impacto

Para conocer el impacto por la aplicación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se detalla la matriz de impacto mediante la calificación sobre alto medio y bajo impacto.

Cuadro 16.Matriz de impacto

Fortalezas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Mantener una excelente ubicación geográfica.	X		
Variedad de suministro de librería		X	
Buen trabajo en equipo	X		
Muy buena atención		X	
Incentivos al talento humano		X	
Oportunidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Incremento de la población estudiantil	X		
Gran demanda de libros especializados			X
Oferta de proveedores		X	
Condiciones favorables para crear una nueva sucursal	X		
Debilidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
No cuenta con un plan estratégico			X
Poca publicidad		X	
Capacitación a los empleados			X
Área de atención al cliente		X	
Número de empleados	X		
Amenazas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Fuerte competencia	X		
Difícil Situación económica	X		
Escaso circulante de dinero			X

Impuestos	X
Inflación	X

Elaborados por: La Autora

4.1.5.7. Matriz de impacto F.O.D.A. ponderado clasificado por su calificación de impacto

Cuadro 17.Matriz de impacto F.O.D.A. ponderado

Fortalezas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Mantener una excelente ubicación geográfica.	X		
Variedad de suministro de librería	X		
Buen trabajo en equipo	X		
Muy buena atención	X		
Incentivos al talento humano	X		
Oportunidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Incremento de la población estudiantil	X		
Gran demanda de libros especializados	X		
Oferta de proveedores	X		
Condiciones favorables para crear una nueva sucursal	X		
Debilidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
No cuenta con un plan estratégico	X		
Poca publicidad	X		
Capacitación a los empleados	X		
Área de atención al cliente	X		

Número de empleados	X
Amenazas	Impacto
	Alto Medio Bajo
Fuerte competencia	X
Difícil Situación económica	X
Escaso circulante de dinero	X
Impuestos	X
Fuente: Investigación Directa	
Elaborados por: La Autora	

4.1.5.8. Matriz Axiológica

Se consideró como referencia a las personas, instituciones con las que interactúa la empresa en la consecución de sus objetivos, definiendo valores para constituir la vida organizacional de la compañía.

Cuadro 18.Matriz Axiológica

Grupos de referencia	Principios y alores
Clientes	Satisfacer necesidades
Empleados	Respecto a normas establecidas -Apoyo-Incentivos
Empresa	Mundo Office
Fuente: Investigación Directa	
Elaborados por: La Autora	

La matriz demuestra la forma horizontal de identificar los valores a cada grupo de referencia quedando establecido de la siguiente manera.

Cuadro 19.Matriz Axiológica

Principios y Valores Corporativos	Grupos de Referencia		
	Clientes	Colaborador	Empresa
Sustentabilidad		X	X
Seguridad			X
Transparencia		X	X

Entrega		X	X
Comodidad		X	X
Compromiso		X	X
Responsabilidad	X	X	X
Honradez		X	X
Aptitud	X	X	

Fuente: Investigación Directa

Elaborados por: La Autora

4.1.6. Plan estratégico para el mejoramiento administrativo en la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2016-2019.

4.1.6.1. Antecedentes de la empresa

La empresa Mundo Office ubicada en las calles Bolívar y 9na inició sus operaciones hace aproximadamente diez años siendo su propietario José Augusto Tipantuña atendiendo al mercado de Quevedo a través de la venta de útiles o suministros de oficina siendo su mercado objetivo escuela colegios, universidades y ciudadanía en general logrando mantenerse posesionado en un mercado altamente competitivo, vale recalcar que cuenta con el apoyo personal y a tiempo completo de su señora esposa Betty Garnica.

4.1.6.2. Funciones de la empresa “Mundo Office”

Administración

La función de administración se refiere a la Planeación, organización, dirección, coordinación, control y evaluación de la empresa para cumplir con los objetivos establecidos

- Planeación.- En esta fase se establece por adelantado lo que se va hacer, contiene el establecimiento de objetivos, políticas y operaciones

OBJETIVO

- Es la razón de ser de la empresa, lo que se formula poder conseguir.

Los programas

- Son los planes que se deben realizar en un determinado tiempo para lograr los objetivos planteados.

Las políticas

- Normas en las cuales están encuadradas las actividades para alcanzar los objetivos.

4.1.6.3. Direccionamiento

a) Misión

Atender las necesidades sobre suministros de librería a la colectividad, suministrando a sus clientes productos y servicios de calidad, cuidadosos con el medio ambiente, con una renta progresiva y razonable y a sus empleados la posibilidad de ampliar su competencia competitiva.

b) Visión

Ser un grupo empresarial de servicio y en perenne desarrollo con presencia en el cantón Quevedo y fuera de él, con calidad de servicio para dar una contribución efectiva a la colectividad

c) Valores

Trabajo en equipo.- Los equipos de trabajo estarán desarrollados por personas establecidas de una forma terminante para alcanzar los objetivos de la empresa.

Atención al cliente.- se atenderá y solucionará peticiones, demandas y proposiciones de los clientes.

Responsabilidad con los resultados.- Los empleados deberán comportarse de manera que se pueda confiar en ellos, garantizando el cumplimiento de los compromisos adquiridos con la empresa.

Sostenibilidad.- La empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo mantener estables sus condiciones económicas, ecológicas, sociales, que permitan su funcionamiento en el tiempo y el espacio, además mantener el equilibrio con el entorno que rodea a la empresa para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales.

Comodidad para las personas.-La empresa contará con la tecnología necesaria para comodidad de los clientes para que encuentren agilidad en los tramites de compras.

Compromiso social.- la empresa tendrá como objetivo principal la conciencia social involucrándose en el bienestar e su clientes, apoyando a los empleados mediante la atención inmediata a sus necesidades frente a cualquier situación problemática que se presente.

Honradez.- La empresa será integra en su actuar, considerando que la honradez es lo más importante a la hora de hacer negocios.

4.1.6.4. Programa estructural

Función administrativa: Se estima un presupuesto para el personal que se espera contratar

Cuadro 20. Valoración de presupuestos de la situación administrativa

Programa	Proyecto/ ACTIVIDAD	Estimación Presupuesto Plan				Total
		2016	2017	2018	2019	
Capacitación	P. un proyecto para capacitar a los empleados que se van a contratar.	1000,00	1100,00	1375,00	1718,75	5193,75
		6	3	4	5	
		Empleados	Empleados	Empleados	Empleados	
TOTAL						5193,75

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se desarrolla un presupuesto que se estima gastar para capacitar al personal que laborar en la nueva sucursal para el año 2016 se proyecta \$ 1000, 00 y 2017 \$ 1100,00 y 2018 \$1375,00 y para el 2019 \$ 1718,75.

Cuadro 21. Evaluación de presupuesto de la situación de inversión

Programa	Proyecto/ Actividad	Estimación Presupuesto Plan				Total
		2016	2017	2018	2019	
Inversión	P. un proyecto para innovar la infraestructura de la empresa.	5000,00	5500,00	6050,00	6655,00	23205,00
		1 vez al año				
TOTAL						23205,00

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

Análisis

Teniendo en cuenta los cambios que se deben realizar una vez al año en remodelación de la empresa se consideraron gasto para el 2016 de \$ 5000,00 y 2017 \$ 5500,00 y 2018 \$ 6050,00 y en el año 2019 \$ 6655,00 con cada uno de los presupuesto se lleva a cabo el programa de inversión.

Cuadro 22.Evaluación de presupuesto en el destino de cobranza

Programa	Proyecto/ Actividad	Estimación Presupuesto Plan				Total
		2016	2017	2018	2019	
Sistema Contable	A. Actividad para llevar un control documental y electrónico de los clientes acreditados.	600,00	660,00	726,00	798,60	2784,60
	1 vez al año					
TOTAL						2784,60

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se implementara un control documental y electrónico para el sistema de cobranza en el año 2016 \$ 600,00 y 2017 \$ 660,00 en el año 2018 \$ 726,00 y en el año 2019 \$ 798, 60 mediante este presupuesto se efectuara el programa de sistema contable para la empresa.

Cuadro 23.Presupuesto para la función de Talento Humano

Programa	Proyecto/ Actividad	Estimación Presupuesto Plan				Total
		2016	2017	2018	2019	
Reclutamiento	Actividad para contratar personal con el perfil para ejercer el cargo.	2124,00	1092,00	1456,00	1820,00	6492,00
	6 Empleados 3 Empleados 4 Empleados 5 Empleados					
TOTAL						6492,00

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se estima el siguiente presupuesto para reclutamiento del personal en el año 2016 para 6 empleados un valor de \$ 2124,00 en el año 2017 para 3 empleados \$ 1092,00 en el año 2018 para 4 empleados \$ 1456,00 y en el año 2019 para 5 empleados \$ 1820,00 de la siguiente condición se llevara a cabo el programa de reclutamiento de personal.

Cuadro 24.Presupuesto General para cada una de las funciones establecidas.

TOTAL PRESUPUESTO POR FUNCIONES	ESTIMACIÓN PRESUPUESTO PLAN				PRESUPUESTO DEL PLAN POR FUNCIÓN
	2016	2017	2018	2019	
Función Administrativa	1000,00	1100,00	1375,00	1718,75	5193,75
Función De Financiamiento	5000,00	5500,00	6050,00	6655,00	23205,00
Función De Cobranza	600,00	660,00	726,00	798,60	2784,60
Función De Talento Humano	2124,00	1092,00	1456,00	1820,00	6492,00
Total Presupuesto	8724,00	8352,00	9607,00	10992,35	37675,35
Estimado:					

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se presenta el cuadro del presupuesto general en gastos de cada una de las funciones establecidas y programas a desarrollar con un gasto general de \$ 37.675,00 para llevar a cabo lo planteado; en el lapso de los años 2016 hasta el 2019.

4.1.6.5. Seguimiento y evaluación.

Cuadro 25.Seguimiento de Funciones administrativa para capacitación

Función Administrativa				
Indicadores	2015	2016	2017	2018
Proyecto	100%	100%	100%	100%

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

2016

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{6}{6} * 100\% = 100\%$$

2017

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{3}{3} * 100\% = 100\%$$

2018

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{4}{4} * 100\% = 100\%$$

2019

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{5}{5} * 100\% = 100\%$$

Cuadro 26.Seguimiento de Funciones administrativa por innovación

Función De Financiamiento				
Indicadores	2016	2017	2018	2019
Proyecto	100%	100%	100%	100%

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

2016

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2017

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2018

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2019

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

Cuadro 27. Seguimiento de Funciones de cobranza

Función De Cobranza				
Indicadores	2016	2017	2018	2019
Actividad	100%	100%	100%	100%

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

2016

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2017

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2018

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

2019

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{1}{1} * 100\% = 100\%$$

Cuadro 28. Seguimiento de Funciones de reclutamiento

Función De Talento Humano				
Indicadores	2015	2016	2017	2018
Actividad	100%	100%	100%	100%

Fuente: Datos de Encuestas

Elaborado por: La Autora

2016

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{6}{6} * 100\% = 100\%$$

2017

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{3}{3} * 100\% = 100\%$$

2018

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{4}{4} * 100\% = 100\%$$

2019

Proyecto: Capacitación al personal

$$\text{Razón de eficacia} = \frac{5}{5} * 100\% = 100\%$$

4.2. Discusión

El mercado de insumos que comercializa la Librería Mundo Office del cantón Quevedo, señala que tiene un dinámico potencial, lo que demuestra una gran oportunidad para la empresa para aumentar la cartera de productos y servicios, aprovechando además su buena imagen en el mercado; el mercado en que se desenvuelve es cambiante, lo que obliga a enfrentar nuevos retos, de ahí que resulta necesario aplicar nuevas estrategias que permitan conseguir y mantener ventajas competitivas. Todo esto se relaciona con lo mencionado por Rojas López (2012) El autor manifiesta: la planeación forma parte del proceso administrativo, y permite establecer alternativas y planes de acción en función de los objetivos, metas, económicas.

El plan estratégico elevará la productividad de la empresa Mundo Office, la, misma que ayudará que la administración desarrolle la misión, visión, objetivos y metas en la empresa, la visión permitirá ser un grupo empresarial de servicio con presencia en el cantón Quevedo y fuera del mismo, contribuyendo de forma efectiva con el desarrollo de la comunidad; esto se relaciona con lo indicado por Fred (2013) Las organizaciones tienen la declaración de la misión y visión para responder sobre que queremos convertir, como primer paso para la formulación de la planeación estratégica y a través de la misma procede a la declaración de la misión como una afirmación perdurable que permita a la empresa diferenciarse de otra similares, y que le permita identificar el alcance de las operaciones de la empresa en lo que tiene que ver con el producto y el mercado.

Estos resultados permiten aceptar la formulación del problema ¿De qué manera el plan estratégico de comercialización incide en el crecimiento empresarial de la compañía Ltda. Mundo Office en el cantón Quevedo, periodo 2016-2019? En la medida que se aplique el plan estratégico, permitirá, mejorar su posicionamiento en el mercado

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Mediante la investigación realizada se llegó a las siguientes conclusiones.

El mercado de insumos de librería tiene un dinámico potencial lo que constituye una gran coyuntura para la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo, ya que se puede aumentar la cartera de productos y servicios, aprovechando la buena imagen en el mercado, prosperidad y conocimiento del sector.

La empresa Mundo Office, se desenvuelve en un mercado cambiante que la obliga a enfrentar nuevos retos, por lo que las estrategias que se aplicaran le dan un importante valor a la empresa y una buena gestión para conseguir y mantener las ventajas competitivas.

El plan estratégico elevará la productividad de la empresa Mundo Office ayudando a que la administración desarrolle la misión, visión, objetivos y metas en la empresa.

5.2. Recomendaciones

Buscar diversificar la cartera de productos de la empresa Mundo Office, con el fin de aprovechar al máximo la fuerza de ventas y de esta manera aumentar el volumen de ventas e ingresos para la empresa.

Aplicar estrategias de gestión administrativas para mejorar los procesos de la empresa Mundo Office.

Implementar el plan estratégico en el mediano plazo para lograr los objetivos y las metas establecidas para la empresa.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- Berghe, E. V. (2010). *Gestión y gerencia empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Castro, J. A. (2010). *Proyectos de inversión*. México: McGraw- Hill.
- Chain, N. S. (2010). *Proyectos de inversión*. México: Pearson Educación .
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación Estratégica*. México: McGraw -Hill.
- Flores Uribe, J. A. (2012). *Plan de negocios para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Herrera, J. E. (2012). *Proyectos enfoque gerencial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Idalberto, C. (2010). *Administración Teoría y Práctica*. México: Mc.Graw-Hill.
- Koontz, H. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. México : MC Graw Hill.
- Munch, I. (2010). *Administración, gestión empresarial*. México: Pearson Educación .
- Munch, L. (2010). *Administración, Gestión organizacional*. México.
- Padilla, M. C. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rojas Lopez, M. D. (2012). *Planeación Estratégica*. Bogotá: Ediciones de la U. .
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Velez, G. A. (2013). *Proyectos*. Cali-Colombia: AC/Editores.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1. Anexos

Anexo 1. Formato de Entrevista

Entrevista dirigida al propietario de la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo.

1.- ¿Marque en orden de jerarquía los inconvenientes que tiene con los actuales proveedores de las mercancías?

Tardan mucho en entrega-----

No entregan la cantidad solicitada-----

Hay problemas en facturación-----

Se entrega material muy defectuoso

Otros problemas-----

Ninguno-----

2.- ¿Cómo ha percibido que se comporta el mercado de los productos?

Va en aumento----- Continúa constante----- Reduce-----

3.- ¿Ha observado que cuando aumenta el precio de los productos la demanda

Disminuye----- Permanece constante-----Aumenta-----

4.- ¿Que medios de publicidad utiliza con mayor frecuencia y porque?

5.- ¿Cómo considera usted el nivel de amenazas para la empresa que usted dirige?

Malo-----

Bueno-----

Muy bueno

Excelente-----

Porque-----

6.- ¿La empresa que usted dirige tiene objetivos estratégicos para el desarrollo de sus actividades?

Si-----

No-----

Porque -----

7.- ¿Tiene en mente y de acuerdo a sus necesidades, proyectos a emprender en la empresa que dirige?

Si-----

No-----

Porque-----

8.- De acuerdo a sus necesidades, que proyectos deberían implementarse en la empresa a corto plazo?

Apertura de nuevas sucursales-----

Ampliación del local-----

¿Otros ¿ Cuáles?-----

Anexo 2.Formato de la Entrevista

Encuesta dirigida a los clientes de la empresa Mundo Office de la ciudad d Quevedo

1.- ¿Cree usted que la empresa Mundo Office necesita de un plan estratégico para mejorar la atención a los clientes

Si-----

No-----

Porque-----

2.-¿Cómo considera usted, el servicio que le brinda la empresa Mundo office de la ciudad de Quevedo?

Ineficiente-----

Malo -----

Bueno -----

Muy bueno-----

Excelente-----

3.- Cuales son los motivos por los que adquiere los servicios en la empresa “Mundo Office”

Confianza----- Seguridad-----Garantía----

4.- ¿Con qué frecuencia acostumbra comprar en la empresa Mundo Office?

Semanal---- Mensual----Semestral----- Anual-----

5.- ¿Cómo describe usted los precios determinados de los productos que oferta la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

Precio elevados----- Precios accesibles-----Precios bajos-----

¿A través de qué medios piensan que se convendría promocionar los productos que oferta la empresa Mundo Office?

Radio -----televisión---prensa escrita----- otros-----

6.- ¿Considera usted que la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo cuenta con variedad de productos?

Si---- No-----

7.- ¿Cómo estimaría al servicio que le ofrece la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

Excelente----- Bueno----- Regular-----Malo-----

8.- ¿Considera que el espacio físico del establecimiento permite tener una buena visibilidad al instante de comprar?

Si----- No -----

9.- ¿Tiene conocimiento de que al momento la empresa Mundo Office emplea publicidad para dar a conocer sus productos?

Sí----- No-----

10.- Porque medios conoció a la empresa Mundo Office de la ciudad de Quevedo?

Televisión-----Radio-----Amigos-----Otros-----