



UNIVERSIDAD UTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**PLAN ESTRATÉGICO DE LA MICROEMPRESA “NUEVO
BAZAR 1001” SANTO DOMINGO 2020.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA DE EMPRESAS**

**Estudiante
CINTHYA PAULINA HARO GÓMEZ**

**Director
ING. BAYRON TORRES, MSc.**

Santo Domingo, Agosto, 2020

© Universidad UTE 2020
Reservados todos los derechos de reproducción

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

| DATOS DE CONTACTO | |
|----------------------|---|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1720565025 |
| APELLIDO Y NOMBRES: | HARO GÓMEZ CINTHYA PAULINA |
| DIRECCIÓN: | Cooperativa Padres de Familia, Calle Sarahurco y Ejército Ecuatoriano |
| EMAIL: | cinthypau@hotmail.com |
| TELÉFONO FIJO: | 02743020 |
| TELÉFONO MOVIL: | 593987661536 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--|---|
| TÍTULO: | Plan Estratégico de la Microempresa "Nuevo Bazar 1001" Santo Domingo 2020. |
| AUTOR O AUTORES: | Haro Gómez Cinthya Paulina |
| FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: | 27 de agosto de 2020 |
| DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: | Ing. Bayron Torres, MSc. |
| PROGRAMA | PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/> |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniera de Empresas |
| RESUMEN: | <p>Será una herramienta que permita tener una valoración crítica y analítica de las novedades negativas y positivas que se den en el día a día tanto con los clientes, proveedores, empleados, y entidades de control. Y será un cumulo de experiencias empíricas y científicas para mejorar mi desarrollo laboral y profesional.</p> <p>La revisión de fundamentación teórica y práctica obtenida en el cursar la universidad y la experiencia laboral para lograr implementar un sistema de planeación estratégica que contribuya a la mejora de la toma de decisiones a futuro para la microempresa "Nuevo Bazar 1001".</p> <p>Los principales beneficios que va obtener la empresa al aplicar la planeación estratégica es ayudar a la organización a formular mejores estrategias utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional de la elección estratégica. La comunicación es la clave para una administración estratégica exitosa a través de la participación en el proceso, los gerentes y empleados se comprometen más en apoyar a la organización. El diálogo y la participación son ingredientes esenciales.</p> <p>El resultado del plan estratégico debe ser socializado, revisado entre los propietarios, personal actual, y los empleados que se vayan incorporando a la empresa, para así lograr con efectividad y eficiencia se cumplan con las estrategias, y plan de acción sin interrupciones</p> |

| | |
|--------------------------------|---|
| | <p>a favor de todos los que integran la empresa directa e indirectamente.</p> <p>La implementación debe ser ejecutada en las fechas, y con las personas responsables asignadas o en caso de retiro de una de ellas, se deberá contar con un propietario para que continúe la ejecución cumplimiento, en la empresa "Nuevo Bazar 1001".</p> |
| <p>PALABRAS CLAVES:</p> | <p>Plan estratégico, microempresa, estrategia, objetivos, resultados, análisis interno, externo, Matriz de evaluación, Factores internos, Factores externos, valoración</p> |
| <p>ABSTRACT:</p> | <p>It will be a tool that allows a critical and analytical assessment of the negative and positive developments that occur on a day-to-day basis with customers, suppliers, employees, and control entities. And it will be an accumulation of empirical and scientific experiences to improve my professional and professional development.</p> <p>The review of theoretical and practical foundation obtained in studying at university and work experience to implement a strategic planning system that contributes to improving decision-making in the future for the microenterprise "Nuevo Bazar 1001".</p> <p>The main benefits that the company will obtain by applying strategic planning is helping the organization formulate better strategies using a more systematic, logical and rational approach to strategic choice. Communication is the key to successful strategic management through participation in the process, managers and employees are more committed to supporting the organization. Dialogue and participation are essential ingredients.</p> <p>The result of the strategic plan must be socialized, reviewed among the owners, current staff, and employees who are joining the company, in order to effectively and efficiently achieve the strategies, and an action plan without interruptions in favor of all who make up the company directly and indirectly.</p> <p>The implementation must be carried out on the dates, and with the persons responsible assigned or in the event of the withdrawal of one of them, there must be an owner to continue the execution of compliance, in the company "Nuevo Bazar 1001".</p> |
| <p>KEYWORDS:</p> | <p>Strategic plan, microenterprise, strategy, objectives, results, internal and external analysis, evaluation matrix, internal factors, external factors, assessment</p> |

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f. 
HARÓ GÓMEZ CINTHYA PAULINA
C.C. 172056502-5

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **HARO GÓMEZ CINTHYA PAULINA**, C.I. **172056502-5** autora del proyecto titulado: **Plan Estratégico de la Microempresa “Nuevo Bazar 1001” Santo Domingo 2020**. previo a la obtención del título de **INGENIERA DE EMPRESAS** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 27 de agosto de 2020

f. 
HARO GÓMEZ CINTHYA PAULINA
C.C. 172056502-5

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Santo Domingo, 27 de agosto de 2020

Yo, **EDISON PATRICIO HARO ANDRADE** con cédula de identidad N.-1001467248 en calidad de Gerente General de “NUEVO BAZAR 1001” autorizo a **CINTHYA PAULINA HARO GÓMEZ**, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación “PLAN ESTRATÉGICO DE LA MICROEMPRESA “NUEVO BAZAR 1001” SANTO DOMINGO 2020 , basada en la información proporcionada por la compañía.



f:

EDISON PATRICIO HARO ANDRADE
C.C. 1001467248

DECLARACIÓN

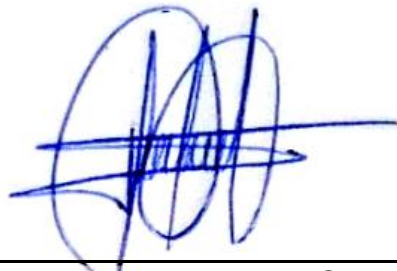
Yo, **CINTHYA PAULINA HARO GÓMEZ**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad UTE 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 normativa institucional vigente.

f. 
HARO GÓMEZ CINTHYA PAULINA
C.C. 172056502-5

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo que lleva por título **“Plan Estratégico de la Microempresa “Nuevo Bazar 1001” Santo Domingo 2020”**, que, para aspirar al título de **INGENIERA DE EMPRESAS** fue desarrollado por **CINTHYA PAULINA HARO GÓMEZ**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Administrativas; y cumple con las condiciones requeridas por el reglamento de Trabajos de Titulación artículos 19, 27 y 28.



Ing. Bayron Torres, MSc.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C. 171601562-1



“Nuevo Bazar 1001”

Matriz: Sarahurco y Ejército Ecuatoriano / Sucursal: Cotacachi y Antisana

Teléfono: 2743020 2767404

Santo Domingo de los Colorados- Ecuador

Santo Domingo, 15 de mayo de 2020

Ingeniero.

Jaime Merizalde, MBA

COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS
UNIVERSIDAD UTE

Presente:

De mi consideración.

Me permito dirigirme a usted; en calidad de Representante de la Empresa “NUEVO BAZAR 1001” con actividad de **Venta al por Mayor y Menor de Medicina, Cosméticos y Artículos de Bazar en General**, considerando que para mejorar el buen funcionamiento de la empresa y así poder brindar un mejor servicio, requiere hacer un levantamiento y mejora de procesos organizacionales para de esta manera incrementar las ventas en la empresa. En función de lo mencionado anteriormente solicito que la empresa, se incluya en el programa de trabajos de titulación de su prestigiosa institución y se brindará el auspicio correspondiente a la Srta. Cinthya Paulina Haro Gómez.

Seguro de contar con una respuesta favorable a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente

Edison Haro Andrade
Gerente



DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por darme la fuerza, voluntad, sabiduría para continuar con este anhelo tan deseado para mi vida profesional.

A mi Mamita Paty que aunque no esta físicamente conmigo su recuerdo de amor y superación quedo impregnado en mi , a mi Papito Patricio que tuvo que luchar solo junto a mi para velar por mi desarrollo personal y profesional y ser participe de mi día a día para lograr mis objetivos.

A mis buenas y eternas amigas de la universidad que me faltaría espacio para nombrar a cada una de ellas, con las que he compartido días felices, tristes dentro y fuera de las aulas y que han entendido mi sacrificio realizado para sobre llevar el trabajo y los estudios.

A mi madrina Marlene por ser mi incondicional en todo momento, mi Nicolás mi compañero de vida, mis tías Betty ,Olga que han sido como mi segunda mamá por su inmenso amor hacia mí , mis primos Juan Pablo , Daniela que son como mis hermanos mayores con un cariño inigualable, mi amigo Edwin que me brindo su amor y compartio durante mi vida universitaria experiencias que me hicieron crecer y a toda mi familia por ser un apoyo siempre.

CINTHYA

AGRADECIMIENTO

Este agradecimiento es para Dios por sus bendiciones y por ser una guía en mi vida.

A mi tutor Ing. Bayron Torres Msc, por ser un apoyo incondicional en todo este proceso, que con sus enseñanzas y consejos logró demostrarme que todo lo que uno se propone lo puede hacer.

Finalmente quiero expresar un sincero agradecimiento a los docentes y personal administrativo de la Universidad UTE , por su afán y empeño al saber transmitir sus enseñanzas y conocimientos.

CINTHYA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 3 |
| 1.1.1. PROBLEMA A INVESTIGAR..... | 3 |
| 1.1.2. OBJETO DEL ESTUDIO TEÓRICO | 3 |
| 1.1.3. OBJETO DEL ESTUDIO PRÁCTICO | 3 |
| 1.1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.1.6. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA..... | 4 |
| 1.1.7. OBJETIVOS GENERAL | 4 |
| 1.1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 4 |
| 1.1.9. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| 1.2. MARCO DE REFERENCIA | 5 |
| 1.2.1. MARCO TEÓRICO..... | 5 |
| 1.2.1.1. Planeación estratégica..... | 5 |
| 1.2.1.1.1. Dirección de la Planeación Estratégica..... | 6 |
| 1.2.1.1.2. Importancia de la Planificación Estratégica..... | 8 |
| 1.2.1.1.3. Beneficios de la planeación estratégica..... | 9 |
| 1.2.1.1.4. Estrategia | 9 |
| 1.2.1.1.5. Misión | 10 |
| 1.2.1.1.6. Visión..... | 10 |
| 1.2.1.1.7. Objetivos..... | 11 |
| 1.2.1.1.8. Modelos de planeación estratégica..... | 11 |
| 1.3. MARCO LEGAL..... | 14 |
| CAPÍTULO 2. MÉTODO | 15 |
| 2.1. METODOLOGÍA GENERAL | 15 |
| 2.1.1. NIVEL DE ESTUDIO | 15 |
| 2.1.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN | 15 |
| 2.1.3. MÉTODO..... | 16 |
| 2.1.3.1. Método Inductivo y Deductivo | 16 |
| 2.1.3.2. Método Analítico y Sintético | 16 |
| 2.1.3.3. Recolección de datos..... | 16 |
| 2.1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 16 |
| 2.1.4.1. Población | 16 |
| 2.1.4.2. Muestra..... | 16 |
| 2.1.5. SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN | 17 |
| 2.1.6. PROCESAMIENTO DE DATOS | 17 |
| 2.2. METODOLOGÍA ESPECÍFICA..... | 17 |
| 2.2.1. PASO 1. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA..... | 18 |
| 2.2.2. PASO 2. REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE FUERZAS EXTERNAS..... | 19 |

| | | |
|------------|--|----|
| 2.2.3. | PASO 3. REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE FUERZAS INTERNAS. | 19 |
| 2.2.4. | PASO 4. ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS A LARGO PLAZO. | 19 |
| 2.2.5. | PASO 5. IMPLANTACIÓN, CREACIÓN, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS. | 19 |
| 2.2.6. | PASO 6. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA. | 20 |
| | CAPÍTULO 3. RESULTADOS | 21 |
| 3.1. | RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS..... | 21 |
| 3.1.1. | ANTECEDENTES DE LA EMPRESA O NEGOCIO..... | 21 |
| 3.1.2. | TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A DUEÑOS DEL NEGOCIO | 23 |
| 3.1.3. | TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A EMPLEADOS DEL NEGOCIO..... | 38 |
| 3.1.3.1. | Paso 1. Desarrollo de las declaraciones de la visión, misión y valores corporativos | 50 |
| 3.1.3.2. | Paso 2. Desarrollar Análisis Externo | 52 |
| 3.1.3.3. | Paso 3. Desarrollo análisis interno | 57 |
| 3.1.3.3.1. | Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y sus estrategias. | 61 |
| 3.1.3.4. | Paso 4. Establecimiento de los objetivos a largo plazo | 62 |
| 3.1.3.5. | Pasos 5. Creación, evaluación y selección de las estrategias | 63 |
| 3.1.4. | EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA..... | 66 |
| 3.1.4.1. | Perspectiva financiera..... | 66 |
| | CAPITULO 4. DISCUSIÓN | 69 |
| 4.1. | CONCLUSIONES | 69 |
| 4.2. | RECOMENDACIONES..... | 69 |
| | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 71 |
| | ANEXOS | 75 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|------------------|---|----|
| Tabla 1. | Matriz de componentes de la declaración de la misión y visión 18 | |
| Tabla 2. | Datos de Nuevo Bazar 1001 | 21 |
| Tabla 3. | ¿Los dueños del negocio tienen experiencia en administrar el negocio? | 23 |
| Tabla 4. | ¿La microempresa Nuevo Bazar 1001 cuenta con un organigrama funcional? | 24 |
| Tabla 5. | ¿Las personas que trabajan en la empresa tienen por escrito las funciones de cada uno? | 25 |
| Tabla 6. | ¿La empresa cuenta con misión, visión y principios morales y éticos? | 26 |
| Tabla 7. | ¿Usted sabe cuál es la misión del negocio? | 27 |
| Tabla 8. | ¿Cómo propietario conoce que es una Visión en un negocio? | 28 |
| Tabla 9. | ¿La empresa cuenta con procesos automatizados para las diferentes áreas? | 29 |
| Tabla 10. | ¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades? | 30 |
| Tabla 11. | ¿Las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora es? | 31 |
| Tabla 12. | ¿El negocio es reconocido por clientes por los productos que vende en la ciudad? | 32 |
| Tabla 13. | ¿El negocio tiene un listado de los clientes? | 33 |
| Tabla 14. | ¿Cómo propietario desea mejorar la estructura operativa, administrativa y financiera del negocio? | 34 |
| Tabla 15. | ¿El negocio cuenta con publicidad? | 35 |
| Tabla 16. | ¿Por qué es importante una administración técnica del negocio? | 36 |
| Tabla 17. | Resumen de las interpretaciones de las encuestas a propietarios de la empresa | 37 |
| Tabla 18. | ¿Ud. sabe si el negocio tiene un organigrama? | 38 |
| Tabla 19. | ¿Cuántos Jefes inmediatos tienen en la empresa? | 39 |
| Tabla 20. | ¿Usted conoce las funciones a desempeñar en la empresa? | 40 |
| Tabla 21. | ¿Usted conoce si la empresa tiene misión, visión y principios éticos? | 41 |
| Tabla 22. | ¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas automatizados en los procesos administrativos, operativos y financieros? | 42 |
| Tabla 23. | ¿Qué procesos internos están automatizados en el negocio? | 43 |
| Tabla 24. | ¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita? | 44 |

| | | |
|------------------|--|----|
| Tabla 25. | ¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento del negocio? | 45 |
| Tabla 26. | ¿Para su entender cree que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)? | 46 |
| Tabla 27. | ¿Cuántos años usted trabaja en la empresa? | 47 |
| Tabla 28. | ¿La empresa les capacita anualmente?..... | 48 |
| Tabla 29. | ¿Existe manuales de procedimientos, reglamento interno, manual de riesgos de trabajo? | 49 |
| Tabla 30. | Resumen de la interpretaciones de las preguntas a las encuestas realizadas a empleados de la empresa..... | 50 |
| Tabla 31. | Componentes para desarrollar la Misión, Visión y Valores Corporativos | 51 |
| Tabla 32. | Identificación de factores claves del macro entorno | 53 |
| Tabla 33. | Identificación de Factores Claves del Micro entorno | 54 |
| Tabla 34. | Modelo para determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos..... | 55 |
| Tabla 35. | Matriz Resumen de Evaluación del Factor Externo..... | 56 |
| Tabla 36. | Identificador de factores claves internos | 57 |
| Tabla 37. | Matriz de Evaluación de Factores Internos | 59 |
| Tabla 38. | Matriz Resumen de Evaluación de Factores Internos | 59 |
| Tabla 39. | Matriz FODA | 61 |
| Tabla 40. | Matriz de estrategias..... | 62 |
| Tabla 41. | Objetivos..... | 63 |
| Tabla 42. | Estrategias desde la Perspectivas Financieras | 64 |
| Tabla 43. | Estrategias desde la Perspectiva del Cliente | 64 |
| Tabla 44. | Estrategia desde la Perspectiva del Proceso Interno | 65 |
| Tabla 45. | Estrategias desde la Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento..... | 65 |
| Tabla 46. | Estrategia desde la Perspectiva de Riesgo | 66 |
| Tabla 47. | Evaluación de la estrategia. Perspectiva financiera | 66 |
| Tabla 48. | Evaluación de la estrategia. Perspectiva del cliente..... | 67 |
| Tabla 49. | Evaluación de la estrategia. Perspectiva del proceso interno.. | 68 |
| Tabla 50. | Evaluación de la estrategia. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento | 68 |
| Tabla 51. | Evaluación de la estrategia. Perspectiva de riesgo | 68 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|-------------------|---|----|
| Figura 1. | Un modelo básico del proceso de dirección estratégica..... | 6 |
| Figura 2. | Modelo completo de la administración estratégica | 18 |
| Figura 3. | Foto 1 Local principal..... | 21 |
| Figura 4. | Sucursal..... | 22 |
| Figura 5. | ¿Los dueños del negocio tienen experiencia en administrar el negocio? | 23 |
| Figura 6. | ¿La microempresa Nuevo Bazar 1001 cuenta con un organigrama funcional? | 24 |
| Figura 7. | ¿Las personas que trabajan en la empresa tienen por escrito las funciones de cada uno? | 25 |
| Figura 8. | ¿La empresa cuenta con misión, visión y principios morales y éticos? | 26 |
| Figura 9. | ¿Usted sabe cuál es la misión del negocio? | 27 |
| Figura 10. | ¿Cómo propietario conoce que es una Visión en un negocio? | 28 |
| Figura 11. | ¿La empresa cuenta con procesos automatizados para las diferentes áreas? | 29 |
| Figura 12. | ¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades? | 30 |
| Figura 13. | ¿Las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora es? | 31 |
| Figura 14. | ¿El negocio es reconocido por clientes por los productos que | 32 |
| Figura 15. | ¿El negocio tiene un listado de los clientes? | 33 |
| Figura 16. | ¿Cómo propietario desea mejorar la estructura operativa, administrativa y financiera del negocio?..... | 34 |
| Figura 17. | ¿El negocio cuenta con publicidad?..... | 35 |
| Figura 18. | ¿Por qué es importante una administración técnica del negocio? | 36 |
| Figura 19. | ¿Ud. sabe si el negocio tiene un organigrama? | 38 |
| Figura 20. | ¿Cuántos Jefes inmediatos tienen en la empresa?..... | 39 |
| Figura 21. | ¿Usted conoce las funciones a desempeñar en la empresa? | 40 |
| Figura 22. | ¿Usted conoce si la empresa tiene misión, visión y principios éticos? | 41 |
| Figura 23. | ¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas automatizados en los procesos administrativos, operativos y financieros? | 42 |
| Figura 24. | ¿Qué procesos internos están automatizados en el negocio? | 43 |
| Figura 25. | ¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita?..... | 44 |
| Figura 26. | ¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento del negocio? | 45 |

| | | |
|-------------------|--|----|
| Figura 27. | ¿Para su entender cree que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)? | 46 |
| Figura 28. | ¿Cuántos años usted trabaja en la empresa? | 47 |
| Figura 29. | ¿La empresa les capacita anualmente?..... | 48 |
| Figura 30. | ¿Existe manuales de procedimientos, reglamento interno, manual de riesgos de trabajo? | 49 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | | |
|-----------------|---|----|
| Anexo A. | Entrevista a los accionistas..... | 76 |
| Anexo B. | Entrevista al personal de la microempresa | 79 |

RESUMEN

Será una herramienta que permita tener una valoración crítica y analítica de las novedades negativas y positivas que se den en el día a día tanto con los clientes, proveedores, empleados, y entidades de control. Y será un cumulo de experiencias empíricas y científicas para mejorar mi desarrollo laboral y profesional.

La revisión de fundamentación teórica y práctica obtenida en el cursar la universidad y la experiencia laboral para lograr implementar un sistema de planeación estratégica que contribuya a la mejora de la toma de decisiones a futuro para la microempresa “Nuevo Bazar 1001”.

Los principales beneficios que va obtener la empresa al aplicar la planeación estratégica es ayudar a la organización a formular mejores estrategias utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional de la elección estratégica. La comunicación es la clave para una administración estratégica exitosa a través de la participación en el proceso, los gerentes y empleados se comprometen más en apoyar a la organización. El diálogo y la participación son ingredientes esenciales.

El resultado del plan estratégico debe ser socializado, revisado entre los propietarios, personal actual, y los empleados que se vayan incorporando a la empresa, para así lograr con efectividad y eficiencia se cumplan con las estrategias, y plan de acción sin interrupciones a favor de todos los que integran la empresa directa e indirectamente.

La implementación debe ser ejecutada en las fechas, y con las personas responsables asignadas o en caso de retiro de una de ellas, se deberá contar con un propietario para que continúe la ejecución cumplimiento, en la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Palabras claves: Plan estratégico, microempresa, estrategia, objetivos, resultados, análisis interno, externo, Matriz de evaluación, Factores internos, Factores externos, valoración

ABSTRACT

It will be a tool that allows a critical and analytical assessment of the negative and positive developments that occur on a day-to-day basis with customers, suppliers, employees, and control entities. And it will be an accumulation of empirical and scientific experiences to improve my professional and professional development.

The review of theoretical and practical foundation obtained in studying at university and work experience to implement a strategic planning system that contributes to improving decision-making in the future for the microenterprise "Nuevo Bazar 1001".

The main benefits that the company will obtain by applying strategic planning is helping the organization formulate better strategies using a more systematic, logical and rational approach to strategic choice. Communication is the key to successful strategic management through participation in the process, managers and employees are more committed to supporting the organization. Dialogue and participation are essential ingredients.

The result of the strategic plan must be socialized, reviewed among the owners, current staff, and employees who are joining the company, in order to effectively and efficiently achieve the strategies, and an action plan without interruptions in favor of all who make up the company directly and indirectly.

The implementation must be carried out on the dates, and with the persons responsible assigned or in the event of the withdrawal of one of them, there must be an owner to continue the execution of compliance, in the company "Nuevo Bazar 1001".

Keywords: Strategic plan, microenterprise, strategy, objectives, results, internal and external analysis, evaluation matrix, internal factors, external factors, assessment

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. PROBLEMA A INVESTIGAR

La obligación y el deber de los propietarios de la microempresa “Nuevo Bazar 1001”, es hacerse la siguiente pregunta ¿qué es nuestro negocio y que debería ser? La razón es establecer objetivos, desarrollar estrategias y planes para la toma de decisiones de ahora y tener resultados a futuro; es importante visualizar el negocio por completo con el propósito de distribuir los recursos humanos y monetarios para obtener resultados positivos.

1.1.2. OBJETO DEL ESTUDIO TEÓRICO

La finalidad del estudio teórico del presente trabajo de investigación es la planeación estratégica.

1.1.3. OBJETO DEL ESTUDIO PRÁCTICO

La microempresa “Nuevo Bazar 1001”, con actividad económica principal de venta al por mayor y menor de artículos de bazar en general y productos farmacéuticos, cosméticos, con dos locales ubicados estratégicamente en el casco comercial de la ciudad, de propiedad de la señorita Cinthya Paulina Haro Gómez, y así contribuir al desarrollo económico, social, de las pequeñas empresas al servicio de la población de Santo Domingo de los Tsáchilas y del Ecuador.

1.1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La microempresa “Bazar mil un artículos” una empresa familiar creada en 1985 por el señor Víctor Erasmo Gómez Ramos, en el año de 1994, pasa a manos de su hija Patricia Gómez, quién fallece y el negocio con su nombre comercial “Nuevo Bazar 1001” pasa a ser administrado por su hija Cinthya Haro a partir del 2014 registrada en el Servicio de Rentas Internas como una microempresa obligada a llevar contabilidad; actualmente cuenta con dos establecimientos (SRI, 2019, pág. 1), su domicilio principal de la actividad económica está ubicado en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas en las calles Sarahurco y Ejército Ecuatoriano Cooperativa Padres de Familia y la sucursal en las calles Cotacachi y Antizana diagonal a comercial Aldean.

La esencia de la planeación estratégica consiste en el entendimiento ordenado de las oportunidades y peligros que aparecen en el futuro, los cuales compuestos con otros datos importantes facilitan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

La microempresa familiar “Nuevo Bazar 1001”, con 34 años de continuidad en el mercado, la administración reconoce no aprovechar las oportunidades que ofrecen el mercado, el no tomar las medidas para corregir las debilidades que tiene la empresa, no poder formular estrategias nuevas y efectivas para convertirse en competidores fuertes.

Los propietarios han podido determinar que el administrar la microempresa “Nuevo Bazar 1001”, es compleja y cada día tiene diversas novedades, por lo que cada parte debe trabajar en conjunto con todo el personal de las diferentes áreas para cumplir con las metas de la empresa, y la administración estratégica contribuirá al logro de ese propósito.

1.1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo quedaría diseñado el plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001?

1.1.6. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál son los fundamentos teórico, prácticos, y metodológicos del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001?
- ¿Instrumentos metodológicos que se utilizan para el diseño del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001?
- ¿Cuáles son los instrumentos metodológicos que permitan utilizar el diseño del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001?

1.1.7. OBJETIVOS GENERAL

Diseñar el plan estratégico de la microempresa “Nuevo Bazar 1001” Santo Domingo 2020.

1.1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los fundamentos teórico, prácticos, y metodológicos del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001.

- Seleccionar los instrumentos metodológicos que se utilizan para el diseño del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001.
- Aplicar los instrumentos metodológicos que permitan utilizar el diseño del plan estratégico de la microempresa Nuevo Bazar 1001.

1.1.9. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Será una herramienta que permita tener una valoración crítica y analítica de las novedades negativas y positivas que se den en el día a día tanto con los clientes, proveedores, empleados, y entidades de control. Y será un cumulo de experiencias empíricas y científicas para mejorar mi desarrollo laboral y profesional.

La revisión de fundamentación teórica y práctica obtenida en el cursar la universidad y la experiencia laboral para lograr implementar un sistema de planeación estratégica que contribuya a la mejora de la toma de decisiones a futuro para la microempresa “Nuevo Bazar 1001”.

Los principales beneficios que va obtener la empresa al aplicar la planeación estratégica es ayudar a la organización a formular mejores estrategias utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional de la elección estratégica. La comunicación es la clave para una administración estratégica exitosa a través de la participación en el proceso, los gerentes y empleados se comprometen más en apoyar a la organización. El diálogo y la participación son ingredientes esenciales.

1.2. MARCO DE REFERENCIA

1.2.1. MARCO TEÓRICO

1.2.1.1. Planeación estratégica

La planeación estratégica es una manera efectiva de considerar a un negocio como un sistema, y así evitar la sub optimización de partes del sistema a costa del todo.

Para David (2016) El término planeación estratégica se acuño en la década de 1950 y fue de uso común desde mediados de la década de 1960 hasta mediados de la siguiente. En aquella época, se creía que la planeación estratégica era la respuesta a todos los problemas. Es entonces, la mayor parte del mundo corporativo de Estados Unidos estaba “obsesionado” con la planeación estratégica. Sin

embargo, después de ese auge, durante la década de 1980 el concepto dejó de usarse luego de que diversos modelos de planeación no reportaron los altos rendimientos que se esperaba. Con todo, la década de 1990 trajo consigo un resurgimiento de la planeación estratégica, y en la actualidad el proceso se practica de manera amplia en el mundo empresarial. (p.5)

La planeación estimula el desarrollo de metas apropiadas de la compañía, las cuales a su vez son factores poderosos para la motivación de las personas.

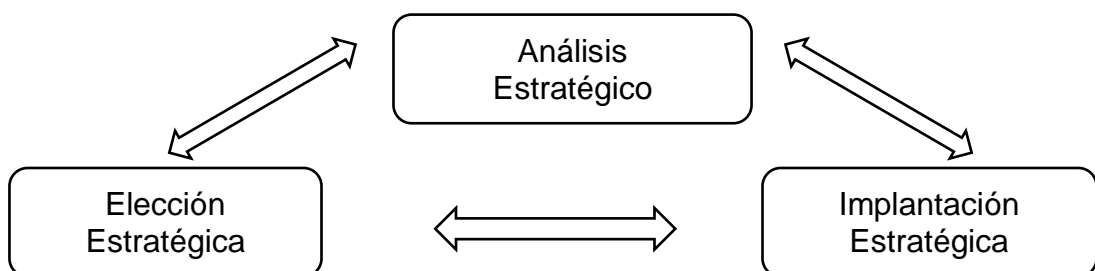
La definición de planeación estratégica que propone Munch (2017) es un proceso mediante el cual intervienen todos los miembros de la organización, con el fiel compromiso de esfuerzos de cambio para un futuro exitoso de la empresa. Este proceso debe estar dirigido por un equipo de trabajo que está conformado por personas claves, encargadas de llevar adelante el proceso con la gran responsabilidad de planear y prever para el futuro mediante la creatividad, la investigación, el análisis y con el liderazgo en la visión de la empresa y el apoyo necesario para alcanzar la meta propuesta. (p.165)

De las dos definiciones antes expuestas, se puede parafrasear ciertos aspectos comunes; como el mejoramiento de los procesos para mejorar con la finalidad de ampliar con una visión mejorada y ser líder en el mundo empresarial y alcanzar la meta propuesta.

1.2.1.1.1. Dirección de la Planeación Estratégica

La dirección estratégica tampoco se ocupa únicamente de la toma de decisiones respecto a los principales problemas a los que se enfrenta la organización; también debe ocuparse de garantizar que la estrategia se lleve a la práctica. Puede decirse que la dirección de la planeación estratégica se compone de tres elementos fundamentales:

Figura 1. Un modelo básico del proceso de dirección estratégica



Fuente: (Jhonson & Scholes, 2016)

Jhonson, Gerry; Scholes, Kevan (2016) menciona que el **análisis estratégico** consiste en comprender la posición estratégica de la organización en función de su entorno externo, sus recursos y competencias internas, y las expectativas e influencia de los stakeholders. Las preguntas que esto plantea son centrales para decidir la estrategia futura: ¿Qué cambios se están produciendo en el entorno y cómo van afectar a la organización y a sus actividades? ¿Cuáles son los recursos y competencias de la organización? ¿Pueden estas competencias otorgar ventajas específicas o crear nuevas oportunidades? ¿Qué es lo que las personas y grupos asociados a la organización (directivos, accionistas, o propietarios, sindicatos, y otros stakeholders) esperan, y cómo afecta esto a lo que se espera del futuro y desarrollo de la organización? (p.16)

“La **elección de la estrategia** implica la comprensión de las bases subyacentes en la futura estrategia, con el fin de crear opciones estratégicas que deberán evaluarse para poder seleccionar entre ellas”. (Jhonson & Scholes, 2016, p. 17)

Identificar o elegir la estrategia para la empresa es sobre todo investigar la información relacionada con las acciones que va a tomar en el mercado donde compete y los planteamientos comerciales.

La **implementación de la estrategia para** Jhonson, Gerry; Scholes, Kevan (2016) se ocupa de cómo traducir la estrategia en acción organizacional mediante el diseño y la estructura de la organización, la planificación de recursos y la gestión del cambio estratégico. El éxito de la implementación de una estrategia va a depender del grado en que estos distintos componentes se integren de forma efectiva para crear, por sí mismos, competencias que el resto de las organizaciones no podrán imitar. El tipo de preguntas que probablemente sean importantes a la hora de planificar la implementación de una estrategia incluirán, por tanto, las siguientes: ¿quién debe ser el responsable de llevar a cabo la estrategia? ¿Qué cambios de estructura organizativa y de diseño son necesarios para llevar a cabo la estrategia? También puede ser necesario adaptar los sistemas de gestión de la organización. ¿Cuáles serán los distintos departamentos responsables de esa adaptación? ¿Qué sistemas de información serán necesarios para controlar el proceso? La implementación, asimismo, implicará la planificación de recursos, incluyendo la logística de la implementación. ¿Cuáles son las tareas clave que hay que realizar? ¿Qué cambios son necesarios en la combinación de recursos de la organización? ¿Será necesario contratar a más personal, o mejorar la formación del existente? (p.18)

La dirección estratégica tampoco se ocupa únicamente de la toma de decisiones respecto a los principales problemas a los que se enfrenta la organización; también debe ocuparse de garantizar que la estrategia se lleve a la práctica.

1.2.1.1.2. Importancia de la Planificación Estratégica

La planeación proporciona una estructura para la toma de decisiones en toda la empresa. Asimismo permite que los ejecutivos a nivel inferior tomen sus decisiones de acuerdo con los deseos de la alta dirección.

Robbins & Coulter (2018) describe tres razones de la importancia de la planeación estratégica. La más relevante radica en que puede hacer la diferencia en términos de qué tan buen desempeño tiene una organización. ¿Aquí se debe que algunos negocios prosperen y otros fracasen, aun cuando enfrentan las mismas condiciones del entorno? Las investigaciones en general han encontrado una relación positiva entre la planeación estratégica y el desempeño. En otras palabras, aparentemente las organizaciones que usan la administración estratégica tienen niveles más altos de desempeño, lo que la hace muy importante para los gerentes. (p.35)

La planeación estratégica es la herramienta que permite que las metas se cumplan en base a lo planificado, tomando en consideración de que se debe realizar el seguimiento con el compromiso de todos los miembros de la empresa.

Para admin (2017) es importante y necesaria para crear e implementar la planeación estratégica, ya que sin ésta, no sería posible alcanzar los objetivos planteados; o posiblemente los alcance pero con un gran derroche de presupuesto que al final resultará un gasto más que una inversión. Una planeación debe basarse en hechos y no en emociones vagas y genéricas, para ello los pronósticos y la investigación realizados cuidadosamente son clave de la planeación correcta. (p.1)

La planeación estratégica es importante por ser la herramienta que permite que las metas se cumplan en base a lo planificado, tomando en consideración de que se debe realizar el seguimiento con el compromiso de todos los miembros de la empresa.

1.2.1.1.3. Beneficios de la planeación estratégica

La planeación estratégica es indispensable para que los directivos puedan cumplir con sus responsabilidades en forma muy eficiente.

El principal beneficio de la planeación estratégica para (David, 2016) ha sido ayudar a las organizaciones a formular mejores estrategias utilizando un enfoque más sistemático, lógico y racional de la elección estratégica. Esta sigue siendo una de las mayores ventajas de la planeación estratégica, pero los estudios más recientes indican que su contribución más importante es el proceso en sí más que las decisiones o los documentos. La comunicación es la clave para una planeación estratégica exitosa. A través de la participación en el proceso, los gerentes y empleados se comprometen más en apoyar a la organización. El diálogo y la participación son ingredientes esenciales. (p.45)

La planeación estratégica es indispensable para que los directivos puedan cumplir con sus responsabilidades en forma muy eficiente. Las organizaciones que utilizan los conceptos de la administración estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no lo hacen, la empresa va a mostrar una mejoría significativa en las ventas, la rentabilidad, productividad en comparación de la competencia.

1.2.1.1.4. Estrategia

Consiste en el proceso de toma de decisiones sobre el futuro de la empresa y la puesta en práctica de dichas decisiones.

Mintzberg & Quinn J. & Voyer (2015) definen que la estrategia es un modelo en una corriente de decisiones o acciones. Estrategias intentadas, que son planeadas que se deliberan y son llevadas a cabo o realizadas, pero también existen estrategias emergentes como lo indica su nombre, surgen de una emergencia, de circunstancias no previstas y no fueron planteadas, pero con frecuencia son exitosas. (p.97)

Son los medios por los cuales se conseguirá la ejecución de los objetivos y viabilizarían de sus políticas.

(Thompson, Gamble, & Strickland, 2016) La estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con lo que los administradores hacen crecer el negocio, atraen y satisfacen a sus clientes, compiten con éxito, realizan

operaciones y alcanzan los niveles deseados de desempeño organizacional. (p.4)

De las dos definiciones antes expuestas, se puede parafrasear ciertos aspectos comunes; son las medidas competitivas y los planes comerciales con los que cuentan los administradores para que sean exitosas durante su implementación.

1.2.1.1.5. Misión

Es la declaración de la filosofía y creencias de la empresa y el principio del negocio al que se dedica de manera diferenciada a la competencia.

Visión de una empresa u organización es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica (« que un hombre ponga sus pies en la luna... ») Que deseamos para la empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización (« un ordenador en cada despacho y en cada hogar », para Microsoft). Es, por tanto, lo que la empresa lucha por llegar a ser. Sainz de Vicuña Ancín (2018, p. 56)

Constituye una manifestación duradera del propósito que mueve a una organización y la distingue de otras empresas similares, es una declaración de la “razón de ser” de la organización. Responde a la pregunta central “¿cuál es nuestro negocio?” Una declaración clara de la misión resulta esencial para establecer objetivos y formular estrategias de la manera más eficaz. David (2016, p.56)

De las dos definiciones antes expuestas, se puede parafrasear ciertos aspectos comunes; como el deseo de que se quiere para el negocio a futuro y poder establecer objetivos y estrategias de forma eficiente.

1.2.1.1.6. Visión

Es el enunciado del estado en el futuro para la organización, provee dirección y estimula acciones concretas, y sirve como punto de consenso, y estimula la creatividad y coordina esfuerzos.

Es la diferenciación y el posicionamiento deseado por la organización (o la unidad organizativa o el conjunto de organizaciones) en un determinado plazo (normalmente medio o largo). Formular la visión supone señalar sintéticamente las características cuantitativas y cualitativas de las relaciones (de servicio, de alianza, de competencia o de otra índole) que se desea llegar a mantener con las diferentes

personas y grupos interesados o implicados, así como la configuración que se desea alcanzar desde la perspectiva de los recursos, la estructura y el aprendizaje. Fantova (2016, p.40)

Sainz de Vicuña Ancín (2018) Señala “La misión es una declaración escrita en la que se concreta la razón de ser o propósito de una organización”. (p.137)

La visión fija el rumbo de la empresa, plantea los retos, sirve como punto de consenso, estimula la creatividad y coordina esfuerzos, y debe responder a como va ha contribuir, la oportunidad de crecimiento, y en donde no debería estar inmersa la empresa.

1.2.1.1.7. Objetivos

Es un algo que se desea alcanzar a futuro, inmediato, mediano o a largo plazo, a través del proceso administrativo sujeto a evaluación posterior, ya sea de manera cualitativa o cuantitativa.

Thompson Jr & A. Strickland III & Gamble (2016) Expresan sus metas de desempeño de una organización; es decir, son los resultados y productos que la administración desea lograr. Funcionan como puntos de referencia para medir la operación de la empresa. (p.29)

Chiavenato&Sapiro (2017) Manifiestan se relacionan con los resultados planeados que indican si una compañía fortalece su posición en el mercado, vitalidad competitiva y perspectivas comerciales. (p.45)

De las dos definiciones antes expuestas, se puede parafrasear ciertos aspectos comunes; son los resultados planeados que la empresa desea lograr y el posicionamiento en el mercado, en un tiempo determinado.

1.2.1.1.8. Modelos de planeación estratégica

Existe un incremento en la creación y desarrollo de nuevas empresas, las cuales para mantenerse en el entorno deben contar con planes de acción adaptables que interactúen. Entre los modelos de planificación estratégica se encuentran los de: Fred David; Kaplan y Norton (Cuadro de Mando Integral) y Goodstein, Nolan y Pfeiffer (Planeación Estratégica Aplicada). Como una manera de analizar la planificación estratégica y sus elementos, a continuación se describen los modelos de planificación estratégica planteados por distintos autores:

- **Modelo de Fred David**

Se desglosa en tres (3) etapas, con las siguientes fases:

1. Formulación de la estrategia.

- a. Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión.
- b. Realización de una auditoria externa e interna.
- c. Establecimiento de los objetivos a largo plazo.
- d. Creación, evaluación y selección de las estrategias.

2. Implantación de estrategias.

- a. Determinación de los asuntos relacionados con la gerencia.
- b. Determinación de los asuntos relacionados con la mercadotecnia, finanzas, contabilidad, investigación y desarrollo además de los sistemas de información de la gerencia.

3. Evaluación de la estrategia

- a. Medición y evaluación del rendimiento.

- **Modelo de Kaplan y Norton**

El Cuadro de Mando Integral es un modelo vertical de mando y control en donde el director general determina la dirección mientras que los directivos y empleados de primera línea llevan a cabo las órdenes y ponen en práctica el plan:

1. **Clarificación y traducción de la visión** y la estrategia a través del consenso.
2. **Comunicación**, referida a difundir y educar; establecer objetivos; vincular las recompensas con los indicadores de actuación.
3. **Planificación y establecimiento de objetivos**, lo que incluye la alineación de iniciativas estratégicas; asignación de recursos, fijación de metas.
4. **Formación y feedback estratégico**, a través de la articulación de la visión compartida; para un feedback estratégico; lo cual facilita la formación y la revisión de la estrategia. Las tres primeras fases son necesarias para poner en práctica la estrategia, mientras que la última es de revisión y retroalimentación.

- **Modelo de Goodstein, Nolan y Pfeiffer**

Es especialmente útil para organizaciones de pequeña y mediana magnitud. La aplicación del modelo implica nueve fases secuenciales, las cuales se describen a continuación:

1. **Planeación:** es necesario planear el compromiso organizacional ante el proceso, identificar el equipo de planeación e involucrar a la alta gerencia en forma continúa.
2. **Búsqueda de valores:** es el diagnóstico de los valores –presentes y futuros- de los miembros del equipo de planeación y de la organización, la filosofía de trabajo, la cultura organizacional.
3. **Formulación de la misión:** como un enunciado claro del tipo de negocio donde se encuentra la compañía.
4. **Diseño de la estrategia del negocio:** requiere establecer los objetivos de negocios cuantificados de la organización mediante la identificación de las líneas de negocio, establecimiento de los indicadores críticos de éxito, identificación de las acciones estratégicas y la determinación de la cultura necesaria para apoyar estas líneas de negocio.
5. **Auditoria del desempeño:** es el esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultáneo de las fortalezas y las debilidades de la empresa y de las oportunidades y amenazas externas.
6. **Análisis de brechas:** es una comparación de los datos generados durante la auditoria del desempeño con aquellos indispensables para ejecutar el plan estratégico. Además es requisito el desarrollo de estrategias específicas para cerrar cada brecha identificada.
7. **Integración de los planes de acción:** exige reunir las piezas para determinar la manera cómo funciona el plan general y dónde se encuentran los puntos neurálgicos potenciales.
8. **Planeación de contingencias:** proporciona a la organización una variedad de estrategias de diseño de negocios que se pueden utilizar en distintos escenarios.
9. **Implementación:** es la iniciación concurrente de varios planes tácticos y operativos. Los autores expresan que decidir el curso futuro de una organización es la tarea de la alta gerencia, la cual no se puede ni se debe delegar. Fuentes & Cardozo (2011 p. 78).

De las tres definiciones antes expuestas, se puede parafrasear ciertos aspectos comunes, se llega a determinar que cada autor propone diferentes modelos que todos nos llevan a que las empresas que apliquen los modelos las convierten en diferentes a la competencia; en los tres modelos se implementa la formulación, implantación y evaluación de estrategias.

1.3. MARCO LEGAL

La COCPI (2018) define y clasifica a la pymes como personas naturales o jurídicas que ejerza como unidad productiva una actividad productiva, comercio y o servicios y que cumpla con un número específico de trabajadores y valores brutos anuales de ventas, para poder categorizarla de acuerdo a los rangos establecidos en el reglamento. (p.22)

CAPÍTULO 2. MÉTODO

2.1. METODOLOGÍA GENERAL

2.1.1. NIVEL DE ESTUDIO

El nivel de estudio a desarrollar en la microempresa “Nuevo Bazar 1001”, tiene los fundamentos de una investigación de carácter **exploratorio** y **descriptivo**.

Exploratorio. Sirven para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa y profunda respecto de un contexto particular, identificar conceptos o variables promisorias a indagar, establecer prioridades para futuros estudios o sugerir afirmaciones, hipótesis y postulados (Hernandez Sampieri, 2018).

Descriptivo. Los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones, o componentes del fenómeno o problema a investigar. (Hernandez Sampieri, 2018)

2.1.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene como propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas prácticos (investigación aplicada). Gracias a estos dos tipos de investigación, la humanidad ha evolucionado. La investigación es la herramienta para conocer lo que nos rodea y su carácter es universal. Hernandez Sampieri (2018, p. 47).

Lo que se busca es examinar e investigar los posibles inconvenientes que podrían generarse al implementar los elementos de la planeación estratégica, y debe responder a dudas que se dan en la investigación por lo que es necesario estudiar el análisis actual observando internamente a la microempresa. Es por eso que hemos estimado la modalidad de campo que permitirá obtener la información en la microempresa, inspeccionando los lugares donde suceden las novedades o vincular con los mismos, para diagnosticar la situación actual de “Nuevo Bazar 1001”.

2.1.3. MÉTODO

2.1.3.1. Método Inductivo y Deductivo

Los métodos inductivo – deductivo es llegar a deducciones que estén en relación con sus hipótesis como el todo lo está con las partes y de las situaciones de carácter general se llegue a identificar comentarios de naturaleza particular contenidas durante la planeación estratégica en la microempresa “Nuevo Bazar 1001”.

2.1.3.2. Método Analítico y Sintético

Permiten analizar todos los argumentos y literaturas que se tendrá que revisar para obtener información imprescindible que colabore con la investigación y la búsqueda de soluciones, y luego de juntarlos y estudiarlos en su totalidad podremos diagnosticar si es un sistema abierto interdependiente e interactuante al implementar la planeación estratégica en la microempresa “Nuevo Bazar 1001”.

2.1.3.3. Recolección de datos

Es el medio a través del cual la investigadora se relacionó con los propietarios, y empleados, y así obtener la información necesaria que permita que se cumplan con los objetivos propuestos.

2.1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.1.4.1. Población

La empresa “Nuevo Bazar 1001” está conformada por 2 personas que son los propietarios, y 8 trabajadores, en los locales ubicados en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas en las calles Sarahurco y Ejército Ecuatoriano Cooperativa Padres de Familia y la sucursal en las calles Cotacachi y Antizana diagonal a comercial Aldean del Cantón Santo Domingo.

2.1.4.2. Muestra

No se aplicara la muestra finita porque son 10 empleados en la empresa la población, por esta razón se ha decidido realizar a la totalidad de personas.

2.1.5. SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En la recopilación de la información, ésta se procederá a realizar mediante los métodos cuantitativos y cualitativos:

Encuestas.- Es un método de obtención de información de un universo de datos o grupos de personas, sujeto a un determinado objetivo y que conlleva ahorro de tiempo y trabajo. Se aplica al personal de la empresa para conocer el punto de vista de cada miembro y poder recabar la información.

Entrevista.- Toda entrevista debe ser planificada en forma tal de antemano se fije el propósito y la información que se busca, el conocimiento del problema y la persona apropiada que serán los propietarios de la empresa a ser entrevistadas para que sea efectiva y adecuada.

La observación.- En la visita previa a la empresa para obtener una información preliminar del estado de ésta y durante todo el proceso de la investigación.

2.1.6. PROCESAMIENTO DE DATOS

La información que se obtenga será clasificada, organizada, confiable, y relevante del dialogo con terceras personas accede al conocimiento de la realidad del problema existente en la empresa, se presentarán los resultados a través de tablas y gráficos estadísticos que favorezcan la comprensión para la toma de decisiones de los dueños del Nuevo Bazar 1001 y serán tabulados en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) v.24.

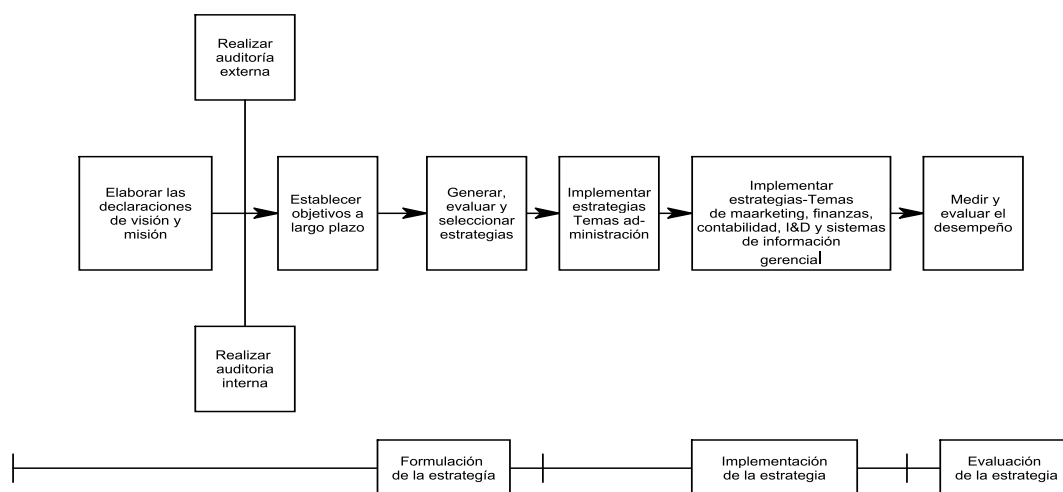
2.2. METODOLOGÍA ESPECÍFICA

Para realizar la investigación se consideró el modelo de administración estratégica de Fred David por ser una herramienta aprendida, estudiada y la más acogida por estudiantes o profesionales.

David (2016) en su modelo menciona que la mejor manera de estudiar y aplicar el proceso de la administración estratégica es utilizando un modelo. Cada modelo representa algún tipo de proceso. El diagrama que se ilustra en la figura 1 es un modelo muy completo y de gran aceptación del proceso de administración estratégica. Este modelo no garantiza el éxito, pero si representa un planteamiento claro y práctico de las estrategias de formulación, implementación y

evaluación. Las relaciones entre los principales componentes del proceso de administración estratégica que se indican. (p. 65)

Figura 2. Modelo completo de la administración estratégica



Fuente: (David, 2016)

2.2.1. PASO 1. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

a. Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión. Para la ejecución de la declaración de la misión y visión se debe proceder a elaborar la “matriz de componentes de la declaración de la misión y visión” la misma que se conforma de la siguiente manera:

Tabla 1. Matriz de componentes de la declaración de la misión y visión

| Factores | Preguntas |
|---|--|
| Clientes | ¿Cuáles son los clientes de la empresa? |
| Productos y Servicios | ¿Cuáles son los productos mas importantes de la empresa? |
| Mercados | ¿Dónde compite la empresa geográficamente? |
| Tecnología | ¿La empresa esta actualizada tecnológicamente? |
| Preocupación por la supervivencia | ¿La empresa esta comprometida con el crecimiento y la solidez financiera? |
| El crecimiento y la rentabilidad | Si ,sestamos en ese compromiso de crecer e innovar y mantener los recursos humanos y materiales(aunque a veces si hay un poco de dificultad por la variacion de los tiempos malos donde las ventas decaen un poco y los recursos monetarios tienen a escasear), cumplimos nuestras obligaciones financieras con las diferentes entidades, proveedores . |
| Filosofía | ¿Cuáles son las creencias básicas, los valores, las aspiraciones y las prioridades éticas de la empresa? |
| Concepto que tiene de si misma la empresa | ¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva? |
| Preocupación por su imagen pública | ¿La empresa sabe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales? |
| Preocupación por los empleados | ¿Los empleados son valiosos para la empresa? |

Preguntas que se las realiza a los propietarios de la empresa, con un esquema de pregunta, y relacionando cada una de las respuestas se procede a elaborar la Visión, Misión y Valores Corporativos.

2.2.2. PASO 2. REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE FUERZAS EXTERNAS.

Se procede a realizar el análisis de las fuerzas externas de la empresa se clasifican en cinco amplias categorías: 1. Fuerzas económicas; 2. Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales; 3. Fuerzas políticas, gubernamentales y legales; 4. Fuerzas tecnológicas y 5. Fuerza informacional. Las tendencias y los acontecimientos externos afectan de manera significativa cada uno de los productos, servicios, mercados, y organizaciones de todo el mundo. Una vez reunida la información, hay que assimilarla y evaluarla otorgando 1 a la oportunidad/amenaza más importante y así hasta llegar a 20 para la oportunidad/amenaza menos importante. Se utilizará los siguientes cuadros: **1)** Identificación de Factores Claves del Macro Entorno, **2)** Identificación de Factores Claves del Micro Entorno, **3)** Modelo para determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos, **4)** Matriz Resumen de evaluación del factor externo.

2.2.3. PASO 3. REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE FUERZAS INTERNAS.

Las encuestas que se realizaran al personal de la Empresa “Nuevo Bazar 1001”, demuestraran las fortalezas y debilidades de los proceso en las diferentes áreas de la empresa. Se desarrollaran los siguientes cuadros: **1)** Identificador de factores claves internos, **2)** Matriz de evaluación de factores internos, **3)** Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, **4)** Matriz de Estrategías.

2.2.4. PASO 4. ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS A LARGO PLAZO.

Representan los resultados que se esperan al seguir ciertas estrategias. Los objetivos deben ser cuantitativos, mesurables, realistas, comprensibles, desafiantes, jerárquicos, asequibles y contingentes entre las unidades de la organización. Los objetivos comúnmente se establecen en términos desde las perspectivas: **1)** Financieros, **2)** Del Cliente, **3)** Del Proceso Interno, **4)** Aprendizaje y Crecimiento.

2.2.5. PASO 5. IMPLANTACIÓN, CREACIÓN, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.

La implementación de la estrategia es fundamentalmente diferente de su formulación. La formulación y la implementación contrastan de las siguientes

maneras: La formulación de la estrategia implica posicionar las fuerzas antes de la acción. La implementación de la estrategia implica administrar las fuerzas durante la acción. Se debe describir en la matriz el objetivo, la estrategia, el indicador, la meta, la actividad, responsable y el tiempo; y se reflejan las estrategias desde las perspectivas: **1) Financieros, 2) Del Cliente, 3) Del Proceso Interno, 4) Aprendizaje y Crecimiento.**

2.2.6. PASO 6. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

Es esencial que los estrategas revisen, evalúen y controlen sistemáticamente la implementación de las estrategias. Para la evaluación de la estrategia que puede facilitar el logro de los objetivos anuales y de largo plazo. Se debe desarrollar una matriz donde se describe la Perspectiva, el Objetivo, y se debe describir la Actividad, Responsables o involucrados, el tiempo, la Medición y evaluación de desempeño. Y estas se realice en base a las perspectivas **1) Financieros, 2) Del Cliente, 3) Del Proceso Interno, 4) Aprendizaje y Crecimiento.**

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

3.1. RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA O NEGOCIO

Con la finalidad de dar inicio a desarrollar el modelo de la planeación estratégica considerado para este trabajo de investigación es importante conocer antecedentes importantes y necesarios del negocio.

Tabla 2. Datos de Nuevo Bazar 1001

| | |
|--|--|
| N° RUC: | 1720565025001 |
| Nombre de contribuyente: | Haro Gómez Cinthya Paulina |
| Nombre comercial: | NUEVO BAZAR 1001 |
| Obligado a llevar contabilidad: | SI |
| Fecha inicio actividades: | 18-12-2014 |
| Actividad económica principal: | Venta al por mayor de artículos de bazar en general. Venta al por mayor de productos farmacéuticos. Venta al por mayor de cosméticos (productos de belleza). |
| Dirección: | COOP. Padres de Familia: calles Sarahurco y Ejército Ecuatoriano Local 1, y Cotacachi y Antizana Local 2 |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

El “Bazar 100” (mil un artículos) fue una empresa familiar dedicada a la venta de productos farmacéuticos, artículos de bazar, útiles escolares, juguetes, bisutería (entre otros) inició sus actividades aproximadamente en el año de 1985, liderado por varios años por su creador el señor Víctor Erasmo Gómez Ramos, hasta que este fue vendido a su hija y esposo en el año de 1994 aproximadamente.

Figura 3. Foto 1 Local principal



Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

Patricia Gómez Prado y Edison Patricio Haro Andrade cónyuges continuaron con el negocio incrementaron sus ventas en base a esfuerzo, con esta administración apertura otro local con 15 años en el mercado con un nuevo nombre comercial “Nuevo Bazar 1001”, al fallecer la señora Patricia Gómez pasan los dos locales ubicados en la Cooperativa Padres de Familia calles Sarahurco y Ejército Ecuatoriano Local 1, y Cotacachi y Antizana Local 2; administrados por Edison Haro (padre) y Cynthia Haro (hija) quién es la Representante Legal del negocio actualmente como registra el Servicio De Rentas Internas (2016, pp. 1-2), la empresa actualmente cuenta con 8 trabajadores con relación de dependencia.

Figura 4. Sucursal



Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

La variedad en los productos que son distribuidores al por mayor y menor, así como los años de presencia en el negocio y en el Cantón les hace ser una empresa familiar líder que está muy bien reconocida por su actividad comercial.

Con la finalidad de realizar el trabajo de investigación que es el plan estratégico de la empresa, continuando con el proceso metodológico sugerido se inicia recopilando información en base a las encuestas tanto a propietarios y empleados del “Nuevo Bazar 1001”.

La población a ser encuestado son los 2 propietarios administradores, y 8 trabajadores que laboran en los dos locales de “Nuevo Bazar 1001”. Hernandez Sampieri (2018) define “Muestra es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados” (p.196). Por no ser representativa la muestra se tomó la decisión de hacer al total de los funcionarios 2 y 8 empleados de “Nuevo Bazar 1001”.

3.1.2. TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A DUEÑOS DEL NEGOCIO

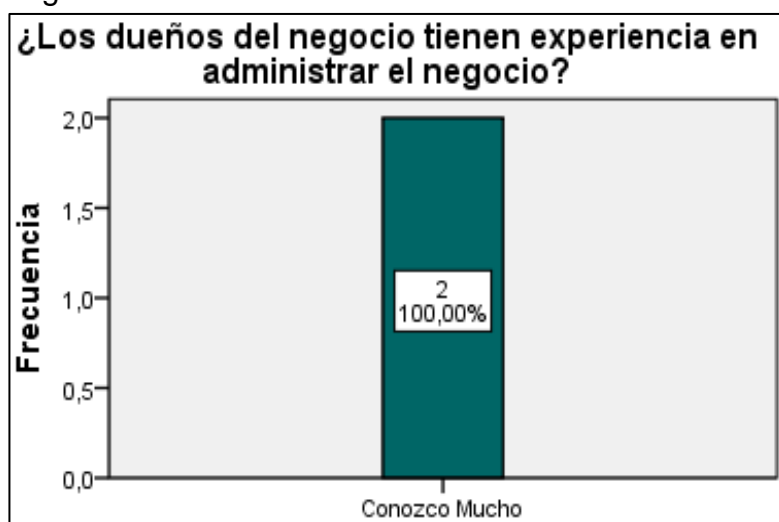
Pregunta 1

Tabla 3. ¿Los dueños del negocio tienen experiencia en administrar el negocio?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Conozco Mucho | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 5. ¿Los dueños del negocio tienen experiencia en administrar el negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan conocer mucho y tiene la experiencia en administrar el negocio.

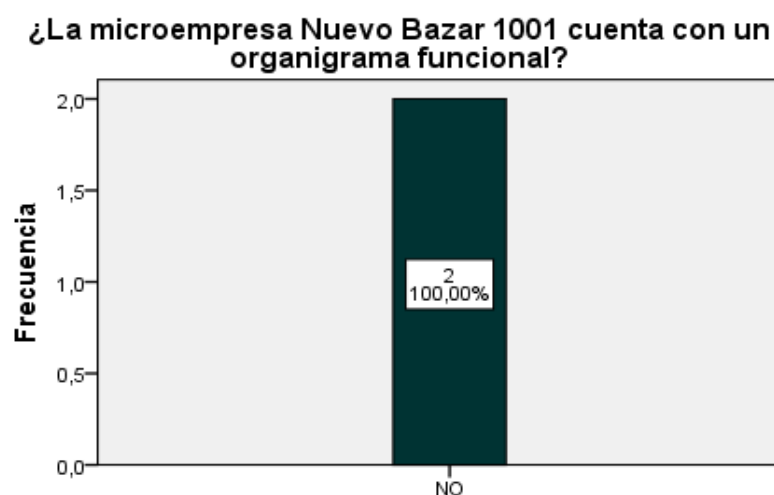
Pregunta 2

Tabla 4. ¿La microempresa Nuevo Bazar 1001 cuenta con un organigrama funcional?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 6. ¿La microempresa Nuevo Bazar 1001 cuenta con un organigrama funcional?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados confirman que tienen un organigrama, pero que no es preparado técnicamente.

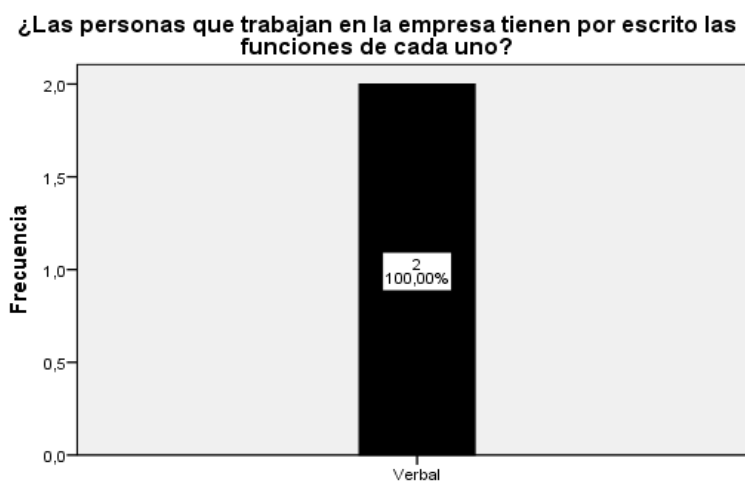
Pregunta 3

Tabla 5. ¿Las personas que trabajan en la empresa tienen por escrito las funciones de cada uno?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Verbal | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 7. ¿Las personas que trabajan en la empresa tienen por escrito las funciones de cada uno?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados responden que los empleados reciben órdenes verbales y no escritas.

Pregunta 4

Tabla 6. ¿La empresa cuenta con misión, visión y principios morales y éticos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 8. ¿La empresa cuenta con misión, visión y principios morales y éticos?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados confirman que la empresa no cuenta por escrito con la misión, visión y principios morales y éticos por escrito

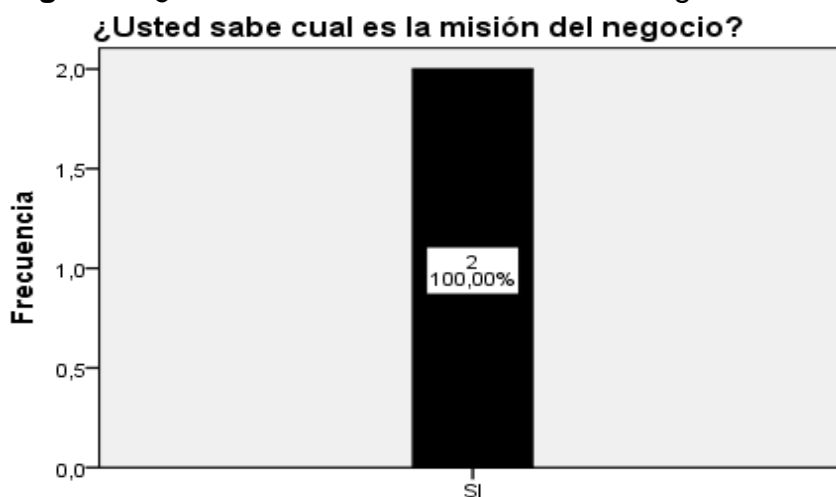
Pregunta 5

Tabla 7. ¿Usted sabe cuál es la misión del negocio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | SI | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 9. ¿Usted sabe cuál es la misión del negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan saber cuál es la misión del negocio.

Pregunta 6

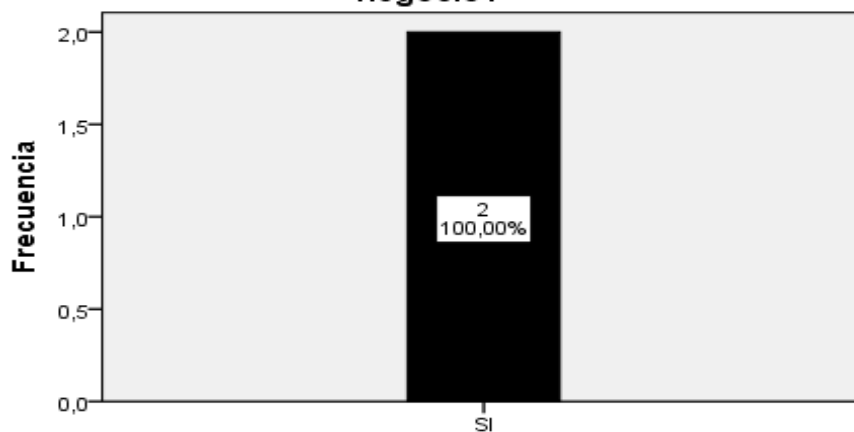
Tabla 8. ¿Cómo propietario conoce que es una Visión en un negocio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | SI | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 10. ¿Cómo propietario conoce que es una Visión en un negocio?

¿Cómo propietario conoce que es una Visión en un negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados que son los propietarios del negocio conocen que es una visión en un negocio

Pregunta 7

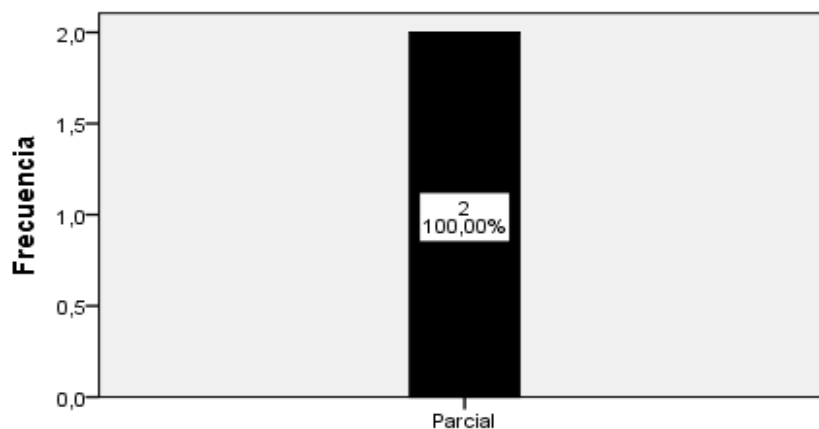
Tabla 9. ¿La empresa cuenta con procesos automatizados para las diferentes áreas?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Parcial | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 11. ¿La empresa cuenta con procesos automatizados para las diferentes áreas?

¿La empresa cuenta con procesos automatizados para los diferentes áreas?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que la empresa cuenta de manera parcial con procesos automatizados para todas las áreas del negocio.

Pregunta 8

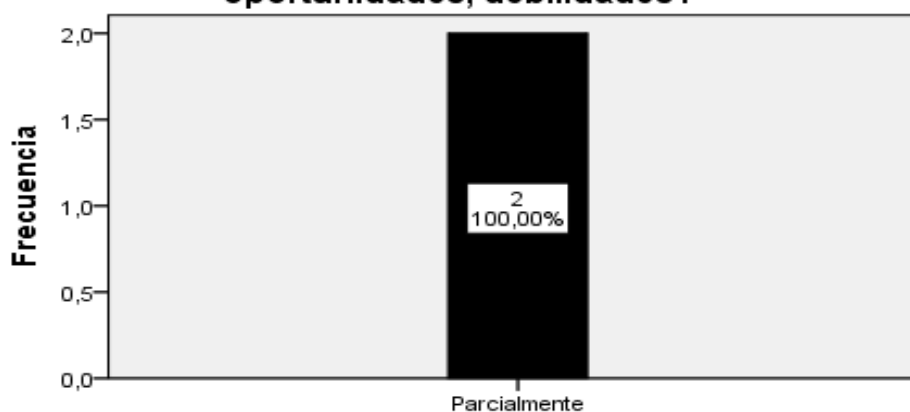
Tabla 10. ¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Parcialmente | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 12. ¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades?

¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que en el negocio se ha determinado de manera parcial las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades.

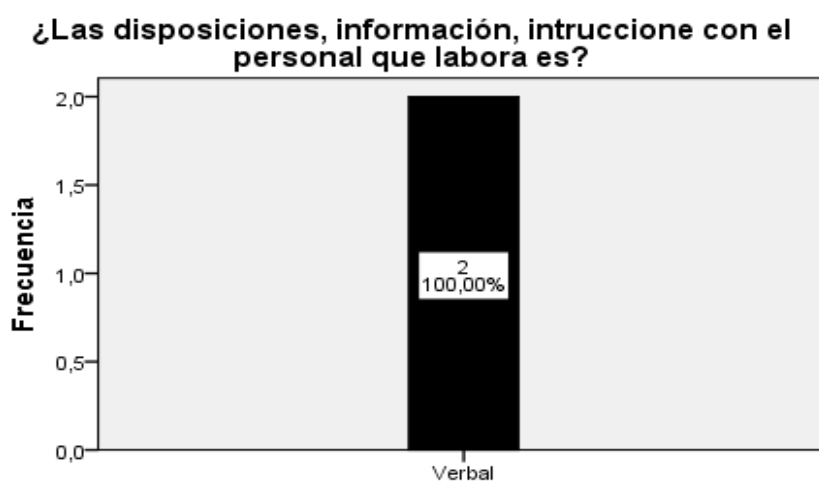
Pregunta 9

Tabla 11. ¿Las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora es?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Verbal | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 13. ¿Las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora es?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora son de forma verbal.

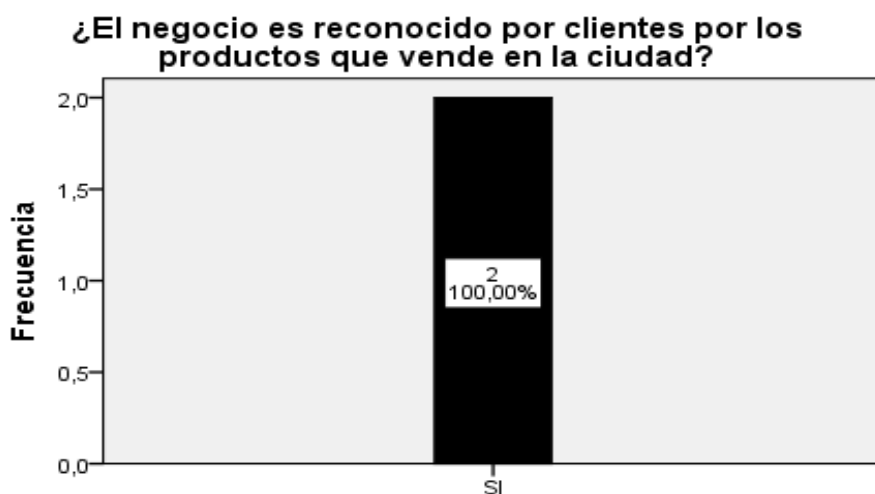
Pregunta 10

Tabla 12. ¿El negocio es reconocido por clientes por los productos que vende en la ciudad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido SI | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 14. ¿El negocio es reconocido por clientes por los productos que vende en la ciudad?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que el negocio es reconocido por clientes por la diversidad de productos que ofertan.

Pregunta 11

Tabla 13. ¿El negocio tiene un listado de los clientes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Aproximadamente | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 15. ¿El negocio tiene un listado de los clientes?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan contar con un listado aproximado de todos sus clientes.

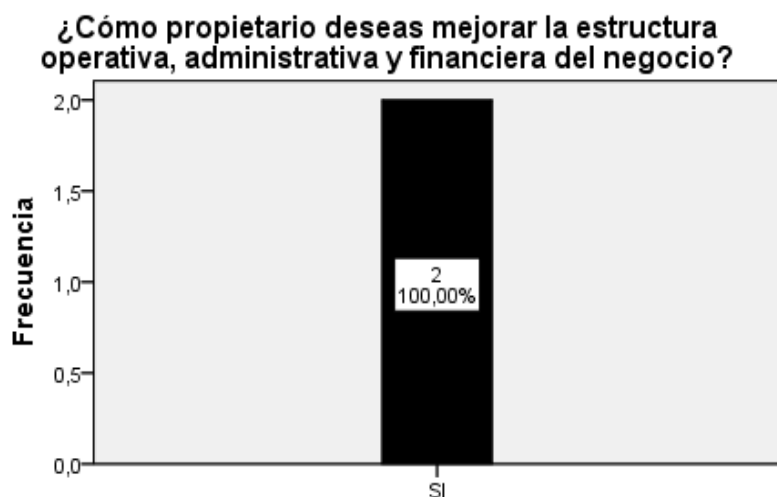
Pregunta 12

Tabla 14. ¿Cómo propietario deseas mejorar la estructura operativa, administrativa y financiera del negocio?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido SI | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 16. ¿Cómo propietario deseas mejorar la estructura operativa, administrativa y financiera del negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que estarían de acuerdo en mejorar la estructura operativa y financiera del negocio.

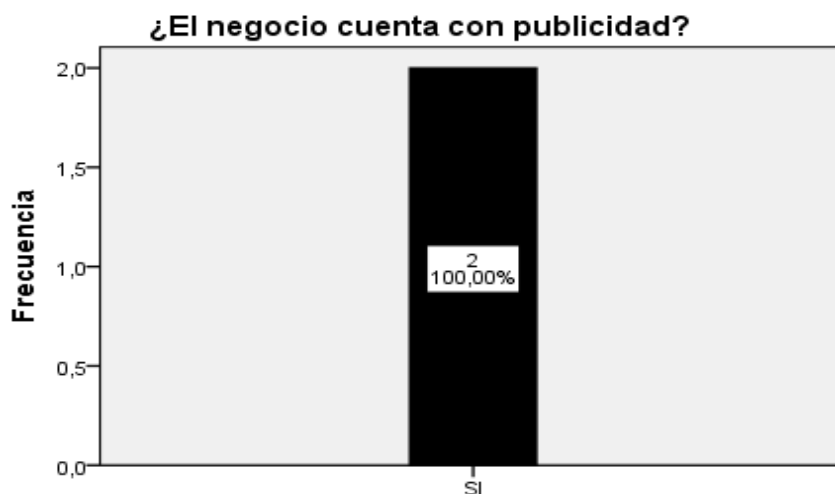
Pregunta 13

Tabla 15. ¿El negocio cuenta con publicidad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | SI | 2 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 17. ¿El negocio cuenta con publicidad?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que el negocio cuenta con publicidad en la provincia.

Pregunta 14

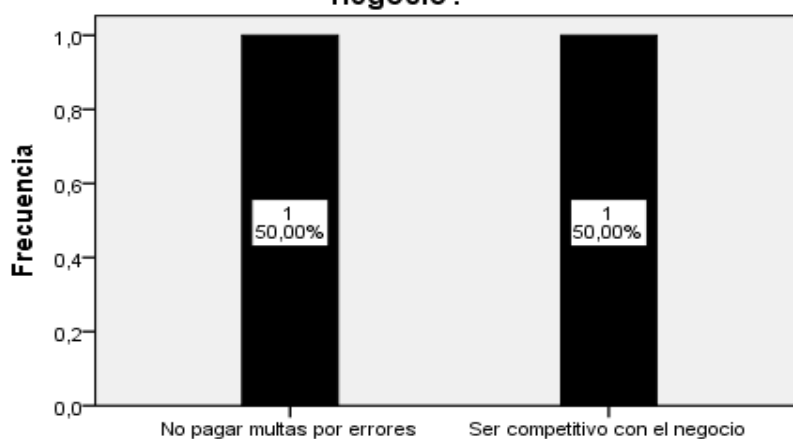
Tabla 16. ¿Por qué es importante una administración técnica del negocio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No pagar multas por errores | 1 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | Ser competitivo con el negocio | 1 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| | Total | 2 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Figura 18. ¿Por qué es importante una administración técnica del negocio?

¿Por qué es importante una administración técnica del negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los dueños del negocio "Nuevo Bazar 1001"

Interpretación

El 50% de los encuestados mencionan que es importante una administración técnica del negocio porque así no pagara multas por errores cometidos, mientras que el otro 50% menciona que desea ser competitivo con el negocio.

Tabla 17. Resumen de las interpretaciones de las encuestas a propietarios de la empresa

| Pregunta N° | Interpretación |
|-------------|---|
| 1 | El 100% de los encuestados mencionan conocer mucho y tiene la experiencia en administrar el negocio |
| 2 | El 100% de los encuestados confirman que tienen un organigrama, pero que no es preparado técnicamente. |
| 3 | El 100% de los encuestados responden que los empleados reciben órdenes verbales y no escritas. |
| 4 | El 100% de los encuestados confirman que la empresa no cuenta por escrito con la misión, visión y principios morales y éticos. |
| 5 | El 100% de los encuestados mencionan saber cuál es la misión del negocio. |
| 6 | El 100% de los encuestados que son los propietarios del negocio conocen que es una visión en un negocio. |
| 7 | El 100% de los encuestados mencionan que la empresa cuenta de manera parcial con procesos automatizados para todas las áreas del negocio. |
| 8 | El 100% de los encuestados mencionan que en el negocio se ha determinado de manera parcial las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades. |
| 9 | El 100% de los encuestados mencionan que las disposiciones, información, instrucciones con el personal que labora son de forma verbal. |
| 10 | El 100% de los encuestados mencionan que el negocio es reconocido por clientes por la diversidad de productos que ofertan. |
| 11 | El 100% de los encuestados mencionan contar con un listado aproximado de todos sus clientes. |
| 12 | El 100% de los encuestados mencionan que estarían de acuerdo en mejorar la estructura operativa y financiera del negocio. |
| 13 | El 100% de los encuestados mencionan que el negocio cuenta con publicidad en la provincia. |
| 14 | El 50% de los encuestados mencionan que es importante una administración técnica del negocio porque así no pagara multas por errores cometidos, mientras que el otro 50% menciona que desea ser competitivo con el negocio. |

Fuente: Resumen de las interpretaciones de la encuesta a propietarios del negocio "Nuevo Bazar 1001"

3.1.3. TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A EMPLEADOS DEL NEGOCIO

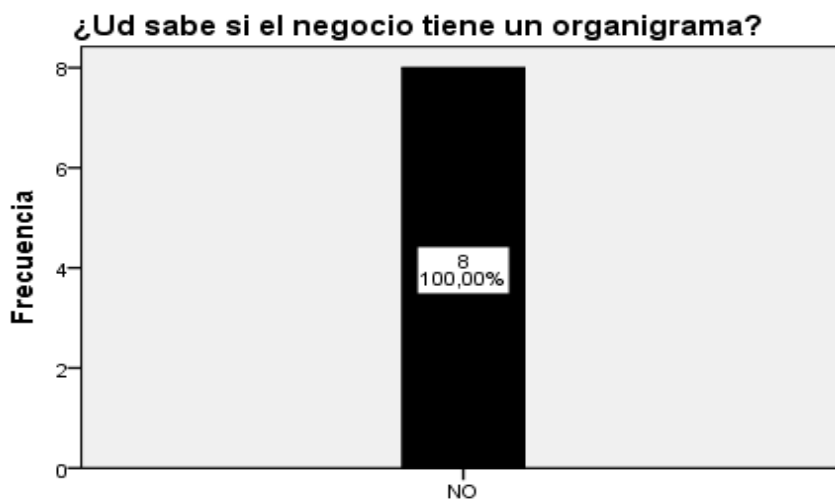
Pregunta 15

Tabla 18. ¿Ud. sabe si el negocio tiene un organigrama?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 8 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 19. ¿Ud. sabe si el negocio tiene un organigrama?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 100% de los encuestados que son los empleados dicen que no existe un organigrama en el negocio

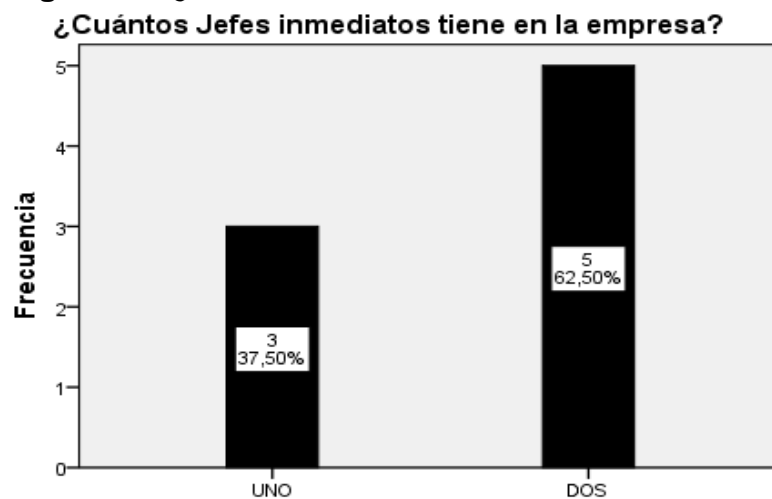
Pregunta 16

Tabla 19. ¿Cuántos Jefes inmediatos tienen en la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | UNO | 3 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | DOS | 5 | 62,5 | 62,5 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 20. ¿Cuántos Jefes inmediatos tienen en la empresa?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 62,50% que son 5 empleados mencionan que tienen dos jefes inmediatos, y el 37,50% 3 empleados dicen que un solo jefe existe en negocio.

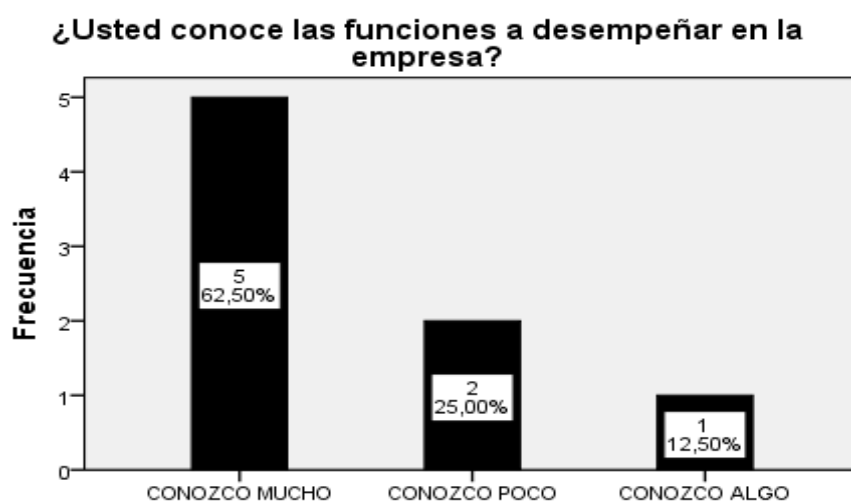
Pregunta 17

Tabla 20. ¿Usted conoce las funciones a desempeñar en la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | CONOZCO MUCHO | 5 | 62,5 | 62,5 | 62,5 |
| | CONOZCO POCO | 2 | 25,0 | 25,0 | 87,5 |
| | CONOZCO ALGO | 1 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 21. ¿Usted conoce las funciones a desempeñar en la empresa?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 62,50% menciona conocer mucho, el 25% conoce poco y el 12,50% conoce algo de las funciones a desempeñar en las empresas.

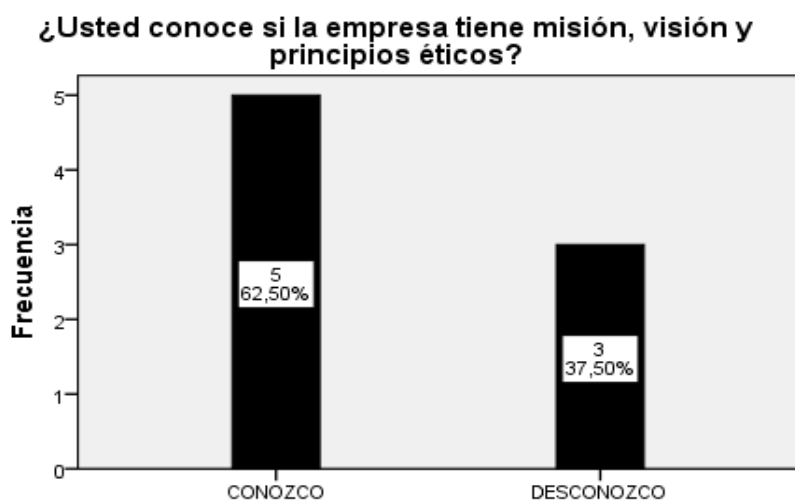
Pregunta 18

Tabla 21. ¿Usted conoce si la empresa tiene misión, visión y principios éticos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | CONOZCO | 5 | 62,5 | 62,5 | 62,5 |
| | DESCONOZCO | 3 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Figura 22. ¿Usted conoce si la empresa tiene misión, visión y principios éticos?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Interpretación

El 62,50% de encuestados mencionan conocer que la empresa tiene misión, visión y principios éticos, para el 37,50% desconocen conocer.

Pregunta 19

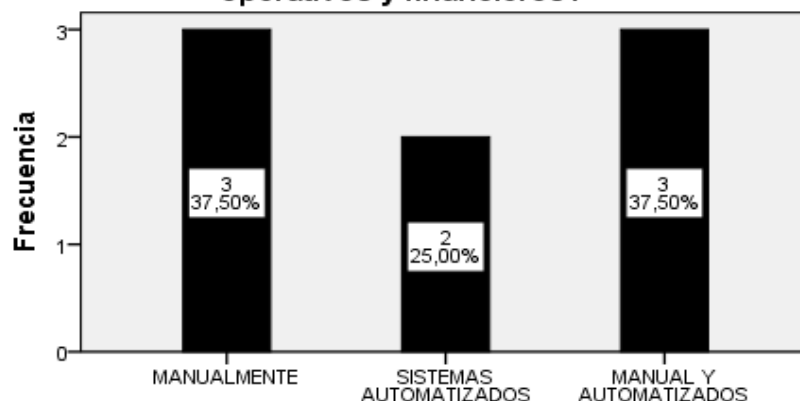
Tabla 22. ¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas automatizados en los procesos administrativos, operativos y financieros?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MANUALMENTE | 3 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | SISTEMAS AUTOMATIZADOS | 2 | 25,0 | 25,0 | 62,5 |
| | MANUAL Y AUTOMATIZADOS | 3 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 23. ¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas automatizados en los procesos administrativos, operativos y financieros?

¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas automatizados en los procesos administrativo, operativos y financieros?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 37,50% de los encuestados menciona que el trabajo lo hacen de forma manual, para el 25% los sistemas son automatizados, el 37,50% dicen que es manual y automatizados, los procesos, administrativos, operativos, y financieros.

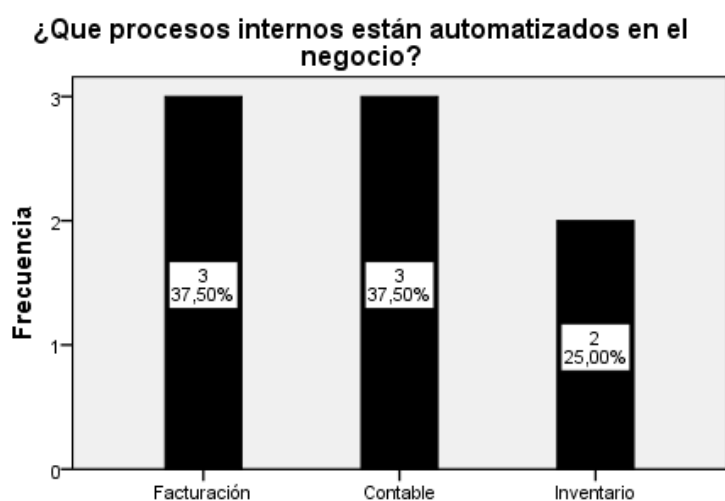
Pregunta 20

Tabla 23. ¿Qué procesos internos están automatizados en el negocio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Facturación | 3 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | Contable | 3 | 37,5 | 37,5 | 75,0 |
| | Inventario | 2 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 24. ¿Qué procesos internos están automatizados en el negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

Para el 37,50% de encuestados los procesos que están automatizados son la facturación, para el 37,50% el proceso contable y para el 25% el sistema de inventarios.

Pregunta 21

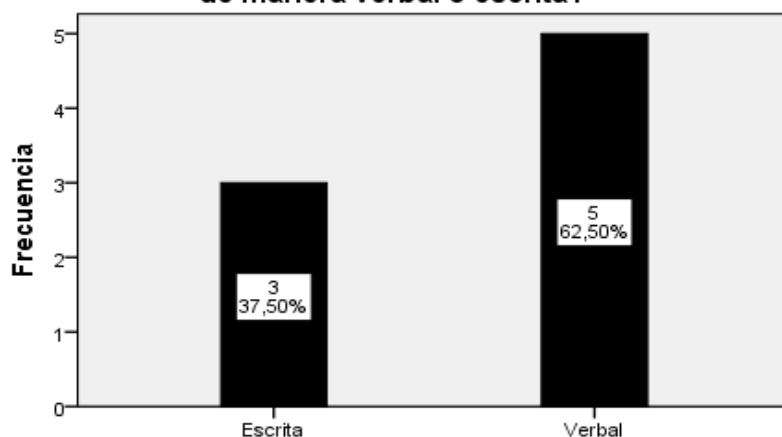
Tabla 24. ¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Escrita | 3 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | Verbal | 5 | 62,5 | 62,5 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Figura 25. ¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita?

¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Interpretación

El 37,50% de los encuestados mencionan que las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen verbal, mientras que para el 62,50% lo hacen de forma verbal.

Pregunta 22

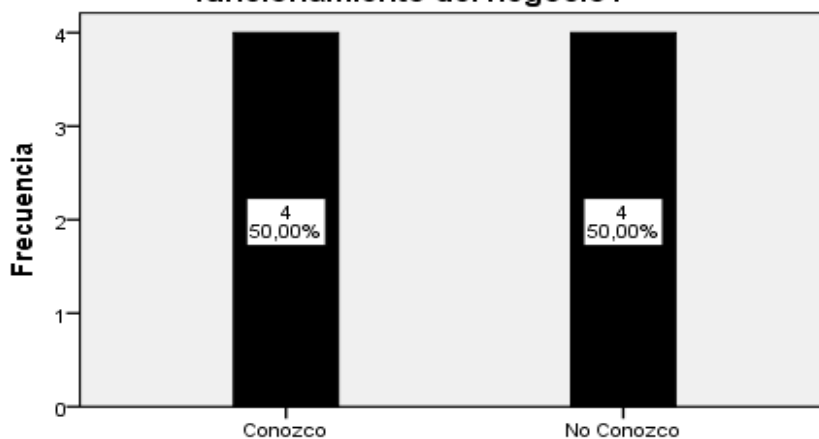
Tabla 25. ¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento del negocio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Conozco | 4 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| | No Conozco | 4 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 26. ¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento del negocio?

¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento del negocio?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 50% de los encuestados mencionan conocer los objetivos del negocio, mientras que para el otro 50% conocen los objetivos.

Pregunta 23

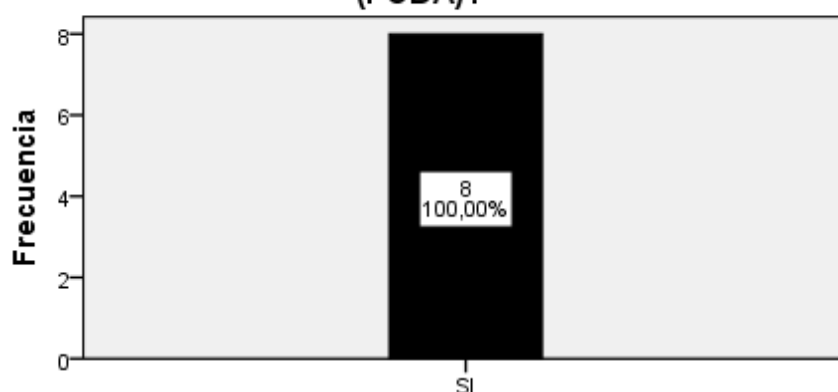
Tabla 26. ¿Para su entender cree que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | SI | 8 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 27. ¿Para su entender cree que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)?

¿Para su entender cree que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

Para el 100% de los encuestados consideran que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, y oportunidades que deben ser analizadas.

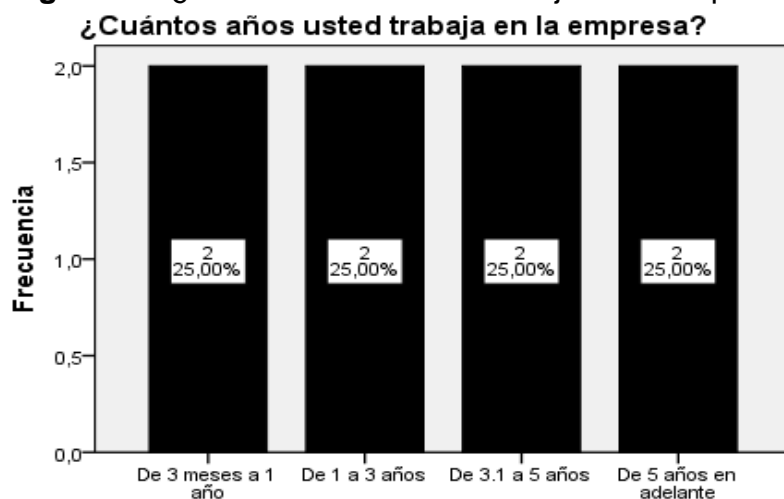
Pregunta 24

Tabla 27. ¿Cuántos años usted trabaja en la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 3 meses a 1 año | 2 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | De 1 a 3 años | 2 | 25,0 | 25,0 | 50,0 |
| | De 3.1 a 5 años | 2 | 25,0 | 25,0 | 75,0 |
| | De 5 años en adelante | 2 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 8 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 28. ¿Cuántos años usted trabaja en la empresa?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

El 25% de los encuestados trabajan de 3 meses a 1 año, el otro 25% de 1 a 3 años, el 25% de 3 a 5 años y el 25% restante tienen más de 5 años laborando en el negocio.

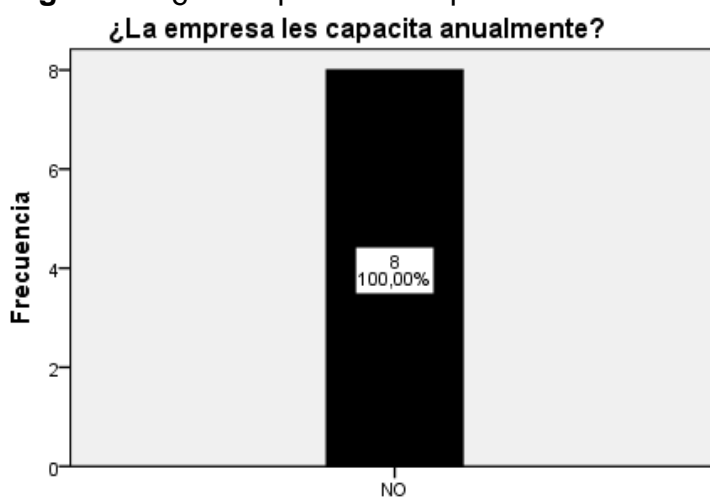
Pregunta 25

Tabla 28. ¿La empresa les capacita anualmente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 8 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Figura 29. ¿La empresa les capacita anualmente?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio "Nuevo Bazar 1001".

Interpretación

Para el 100% de los encuestados del negocio no tiene un plan anual de capacitación implementado

Pregunta 26

Tabla 29. ¿Existe manuales de procedimientos, reglamento interno, manual de riesgos de trabajo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | NO | 8 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Figura 30. ¿Existe manuales de procedimientos, reglamento interno, manual de riesgos de trabajo?



Fuente: Entrevista aplicada a los trabajadores del negocio “Nuevo Bazar 1001”.

Interpretación

Para el 100% de los encuestados no existen manual de procedimiento interno, reglamento interno, ni manual de riesgos de trabajo.

Tabla 30. Resumen de la interpretaciones de las preguntas a las encuestas realizadas a empleados de la empresa

| N° Pregunta | Interpretación |
|------------------------|---|
| 15 | El 100% de los encuestados que son los empleados dicen que no existe un organigrama en el negocio. |
| 16 | El 62,50% que son 5 empleados mencionan que tienen dos jefes inmediatos, y el 37,50% 3 empleados dicen que un solo jefe existe en negocio. |
| 17 | El 62,50% menciona conocer mucho, el 25% conoce poco y el 12,50% conoce algo de las funciones a desempeñar en las empresas. |
| 18 | El 62,50% de encuestados mencionan conocer que la empresa tiene misión, visión y principios éticos, para el 37,50% desconocen conocer. |
| 19 | El 37,50% de los encuestados menciona que el trabajo lo hacen de forma manual, para el 25% los sistemas son automatizados, el 37,50% dicen que es manual y automatizados, los procesos, administrativos, operativos, y financieros. |
| 20 | Para el 37,50% de encuestados los procesos que están automatizados son la facturación, para el 37,50% el proceso contable y para el 25% el sistema de inventarios. |
| 21 | El 37,50% de los encuestados mencionan que las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen verbal, mientras que para el 62,50% lo hacen de forma verbal. |
| 22 | El 50% de los encuestados mencionan conocer los objetivos del negocio, mientras que para el otro 50% conocen los objetivos. |
| 23 | Para el 100% de los encuestados consideran que el negocio tiene amenazas, fortalezas, debilidades, y oportunidades que deben ser analizadas. |
| 24 | El 25% de los encuestados trabajan de 3 meses a 1 año, el otro 25% de 1 a 3 años, el 25% de 3 a 5 años y el 25% restante tienen más de 5 años laborando en el negocio. |
| 25 | Para el 100% de los encuestados del negocio no tiene un plan anual de capacitación implementado. |
| 26 | Para el 100% de los encuestados no existen manuales de procedimiento interno, reglamento interno, ni manual de riesgos de trabajo. |

Fuente: Resumen de interpretaciones de las encuestas realizadas a los empleados de la empresa “Nuevo Bazar 1001”

3.1.3.1. Paso 1. Desarrollo de las declaraciones de la visión, misión y valores corporativos

En la actualidad las empresas redactan una declaración de la visión que responde a una pregunta ¿en qué nos queremos convertir?, y una declaración de la misión que identifica el alcance que tienen las operaciones de la empresa y la pregunta es ¿Cuál es nuestro negocio?

Para Davic (2011) describe los “componentes de una declaración a una pregunta dirigida a cada uno de estos aspectos: Clientes, Mercados, Interés en la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad, Filosofía, Interés en la imagen pública, Productos y servicios, Tecnología, Auto concepto, Interés por los empleados” (p.37). Con esta premisa se adjunta un cuadro de preguntas y respuestas que sirven como elementos básicos para la redacción de misión, visión, y valores corporativos:

Tabla 31. Componentes para desarrollar la Misión, Visión y Valores Corporativos

| Factores | Preguntas |
|---|--|
| Clientes | ¿Cuáles son los clientes de la empresa? Farmacias, Comerciantes Recorredores , Librerías y Papelerías, Pañaleras, Tiendas de Barrio, Supermercados |
| Productos y Servicios | ¿Cuáles son los productos mas importantes de la empresa? Tenemos gran variedad de productos los cuales son importantes para las diferentes necesidades de nuestros clientes : medicina, cosmeticos, pañales, utiles escolares, articulos de bazar, bisuteria, articulos de aseo personal y para el hogar, juguetes |
| Mercados | ¿Dónde compite la empresa geográficamente? La ubicación geografica en la que nos encontramos es muy competitiva ya que a nuestro alrededor se encuentran locales comerciales ,supermecados con varios de los productos que ofertamos de la misma manera al por mayor y menor (Supermercados Aldean , Comercial La Feria, Supersav) |
| Tecnología | ¿La empresa esta actualizada tecnológicamente? Cuenta con un sistema contable(SISDATA) dentro del cual se detallan la nomina de clientes , proveedores, los productos y en el cual se encuentran los inventarios , y los registros contables, Contamos con Cámaras de Vigilancia aunque considero que nos falta un poco más de seguridad dentro de bodegas |
| Preocupación por la supervivencia | ¿La empresa esta comprometida con el crecimiento y la solidez financiera? |
| El crecimiento y la rentabilidad | Si , sestamos en ese compromiso de crecer e innovar y mantener los recursos humanos y materiales(aunque a veces si hay un poco de dificultad por la variacion de los tiempos malos donde las ventas decaen un poco y los recursos monetarios tienen a escasear), cumplimos nuestras obligaciones financieras con las diferentes entidades, proveedores . |
| Filosofía | ¿Cuáles son las creencias básicas, los valores, las aspiraciones y las prioridades éticas de la empresa? Ante todo la puntualidad y compromiso con nuestros Clientes, ellos son nuestra prioridad sin descuidar a nuestros colaboradores que son quienes ayudan a dar una buena imagen a la empresa por la buena atención que dan . Asi mismo el Respeto para todos quienes conforman la empresa . Nuestras aspiraciones es seguir creciendo dentro del mercado incrementando nuevas lineas de consumo |
| Concepto como empresa | ¿Cuál es su cualidad distintiva o su mayor ventaja competitiva? La calidad y Precios asequibles de los productos |
| Preocupación por su imagen pública | ¿La empresa sabe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales? Nos preocupamos por las necesidades de nuestros clientes por lo cuál tratamos de satisfacer en su gran mayoría la adquisición de los productos que necesiten |
| Preocupación por los empleados | ¿Los empleados son valiosos para la empresa? Para la Empresa son de gran importancia nuestros colaboradores ya que mediante ellos damos a conocer los productos que deseamos vender , el buen trato , la paciencias entre otras cualidades son indispensables para la atención al cliente, por lo cual el colaborador debe sentirse motivado dentro de su puesto de trabajo. |

Fuente: Trabajo de Campo, componentes para desarrollar la misión visión de la empresa "Nuevo Bazar 1001".

Con los componentes descritos en la Tabla 31, con un esquema de pregunta, y relacionando cada una de las respuestas se procede a elaborar la Visión, Misión y Valores Corporativos.

Misión

Proveer múltiples productos a precios accesibles, brindando con nuestro personal un servicio de calidad al público en general.

Visión

Ser identificada como una empresa responsable, eficiente, confiable que abastece la demanda de los clientes con una diversidad de productos accesibles al corto, mediano y largo plazo.

Valores corporativos

- **Trabajo en Equipo:** Conocimiento, experiencia, capacidad e integridad moral, combinado con esfuerzo físico y mental en condiciones favorables permiten dar un mejor servicio a nuestros clientes.
- **Confianza:** Trasmitir al cliente el momento de entregar los productos en buen estado y basados en responsabilidad y a tiempo.
- **Calidad:** Lograr el grado de eficacia al brindar los productos y servicios al cliente interno y externo.
- **Responsabilidad Empresarial:** Para con los empleados, clientes, proveedores, sociedad, y propietarios.

3.1.3.2. Paso 2. Desarrollar Análisis Externo

Según Arbaiza (2017, p. 83) menciona que las fuerzas externas se clasifican en cinco amplias categorías: 1. Fuerzas económicas; 2. Fuerzas sociales, culturales, demográficas, y ambientales; 3. Fuerzas políticas, gubernamentales y legales; 4. Fuerzas tecnológicas y 5. Fuerza informacional. Las tendencias y los acontecimientos externos afectan de manera significativa cada uno de los productos, servicios, mercados, y organizaciones de todo el mundo. Una vez reunida la información, hay que assimilarla y evaluarla otorgando 1 a la oportunidad/amenaza más importante y así hasta llegar a 20 para la oportunidad/amenaza menos importante.

La Empresa “Nuevo Bazar 1001” Venta al por mayor de artículos de bazar en general, productos farmacéuticos, cosméticos (productos de belleza), a ser la actividad de varios productos abarca varios nichos de mercado lo que le hace un negocio diferenciado y no específico, al ser importador y distribuidor al por mayor y menor, permite tener una visión más amplia de las

fuerzas externas a ser analizadas de las amenazas y oportunidades que tiene la empresa en Santo Domingo.

A continuación se identifican los factores claves del macro entorno de la Empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Tabla 32. Identificación de factores claves del macro entorno

| <i>Dimensión Económica</i> | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| Inflación | Ascendente, pasa de negativa 0,70% del 2019 a 1,01% Abril | Afectación en la tarifa de los costos de materias primas, productos de primera necesidad | Minimizar pérdidas | Clientes Trabajadores Competencia Gobierno |
| Recesión económica | Acelerada | Contracción del mercado nacional e internacional | Endeudamiento, costo financiero, falta educación financiera del uso de caja de los dueños | Estado Trabajadores Clientes Competidores |
| <i>Dimensión Política Legal</i> | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| PL.1 Leyes , Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones | Abundancia de Leyes y normativas para sector empresarial | Varios pago de impuestos, tasas, contribuciones al sector empresarial | Margenes de utilidad no esperados por inversionistas | Estado , Congreso Nacional GAD Municipal Sector Financiero |
| <i>Dimensión Medio Ambiente</i> | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| DE.1 Contaminación ambiental | Incremento de factores contaminante en toda la sociedad | Estudio sobre impacto ambiental | Capacitación, minimizar riegos, protocolos de seguridad | Autoridades, Empresas, Trabajadores |
| <i>Dimensión Socio Cultural</i> | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| SC.1 Migración | Llegada de migrantes Venezolanos | Excesiva oferta de mano de obra no calificada. | Adaptabilidad y capacitación | Inmigrantes, Gobierno, Clientes |
| <i>Dimensión Tecnológica</i> | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| TE.1 Automatización de procesos en la competencia | Procesos de control, registro de inventarios, administración, ventas y facturación | No contar con inversión en Hardware y software para toda las áreas de la empresa | Mejorar tecnología | Proveedores Financieras Clientes |
| <i>Dimensión Informacional</i> | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| IN.1 Estadísticas tecnológicas y de mercado | Dificultad para acceder a información actualizada | Falta gestión en tecnológica | Mejorar tecnología | Locales y Oficina Medios de comunicación Empresas privadas |

Fuente: Identificación de factores macro internos de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Tabla 33. Identificación de Factores Claves del Micro entorno

| COMPETIDORES ACTUALES | | | | |
|---|--|---|---|--|
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| CA.1 Ofertas de productos de baja calidad de los competidores | La competencia no se preocupan de la calidad de los productos que ofertan | clientes de la competencia han solicitado ser nuestros clientes | Ofrecer productos de calidad | Competidores Clientes |
| COMPETIDORES POTENCIALES | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| CP.1P Muchos competidores distribuidores de varios productos | Diferentes calidades de productos y precios | Segmento de mercado asegurado por 5 años | Mantener los dos locales, e incrementar otros producto | Competencia del entorno de los locales Clientes Comunidad en general |
| PRODUCTOS SUSTITUTIVOS | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| PS.1 Existe un número ilimitado de productos | Los clientes los prefieren por costos bajos | Reducción de otras ofertas de consumo | Buscar productos en el mercado nacional e internacional | Competencia Actual del entorno de los locales |
| CIENTES | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| CL.1 Demanda estable | La expectativa de la demanda es estable y a un nivel de capacidad bajo medio | Estabilidad de clientes de nivel bajo y medio | Mantener a los clientes y buscar referidos que inicien como emprendimientos | Clientes consumidores actuales y potenciales |
| PROVEEDORES | | | | |
| Dimensiones y factores | Comportamiento | Impacto en la compañía | Respuesta de la institución | Protagonistas |
| PR.1 Incremento de su oferta | Posibilidades de diversificar con productos nacionales e importados | Tratar de mantener una provisión permanente de productos | Aprovechar la capacidad de las instalaciones del almacén incluido bodega | Proveedores actuales y potenciales |

Fuente: Identificación de factores del micro entorno de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

El análisis competitivo: el modelo de las cinco fuerzas de Porter (2017, p.100) es un enfoque muy usado para desarrollar estrategias en muchas industria. La intensidad de la competencia entre las empresas varía bastante de una industria a otra. La intensidad de la competencia es más alta en industrias de bajas ganancias. El efecto colectivo de las fuerzas competitivas es tan brutal en algunas industrias que el mercado es claramente “poco atractivo” desde el punto de vista de la obtención de utilidades. La rivalidad entre las empresas existentes es intensa, los nuevos rivales pueden entrar en la industria con relativa facilidad, y tanto proveedores como clientes tienen un amplio margen de negociación.

Para nuestro caso de estudio “(...) los nuevos rivales pueden entrar en la industria con relativa facilidad, y tanto proveedores como clientes tienen un amplio margen de negociación” existen competidores y nuevos

emprendedores que ingresan al mercado pero no se pueden mantener en el mercado por circunstancias de costos de productos, costos operaciones elevados, la competencia con oferta de los mismos productos o sustitutos pero a precios más bajos, esos inconvenientes son los obstáculos que ha superado durante su permanencia la Empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Tabla 34. Modelo para determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos

| FACTORES | Peso del Impacto | | Calificación de la respuesta | Valor Ponderado de la respuesta |
|---|-----------------------|-----------------|------------------------------|---------------------------------|
| | Importancia ponderada | Peso específico | | |
| Inflación | 14 | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Recesión Económica | 14 | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Abundancia de Leyes y normativas para sector empresarial | 20 | 0,10 | 4 | 0,4 |
| Excesiva oferta de mano de obra no calificada. | 20 | 0,10 | 4 | 0,4 |
| Automatización de procesos en la competencia | 14 | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Contaminación ambiental, riesgo enfermedades contagiosas | 14 | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Ofertas de productos de baja calidad de los competidores | 16 | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Diferentes calidades de productos y precios | 16 | 0,08 | 4 | 0,32 |
| Los clientes los prefieren por costos bajos | 20 | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Mantener a los clientes y buscar referidos que inicien como emprendimientos | 20 | 0,10 | 4 | 0,40 |
| Posibilidades de diversificar con productos nacionales e importados | 18 | 0,09 | 3 | 0,27 |
| Dificultad para acceder a información actualizada | 14 | 0,07 | 4 | 0,28 |
| TOTAL | 200 | 1 | | 3,17 |

Fuente: Determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

El proceso para determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos es como sigue: Importancia ponderada: 1) Cada miembro del equipo de expertos califica el impacto en escala de 1 a 5 puntos y se obtiene su sumatoria, 2) Peso específico: Corresponde a la frecuencia relativa o probabilidad estadística, 3) Calificación de la respuesta: Cada miembro del equipo de expertos califica la respuesta que tiene la empresa utilizando la escala anterior, 4) Valor ponderado de la respuesta: Se obtiene multiplicando la calificación de la respuesta por su respectivo peso específico. La sumatoria, corresponde a la capacidad y respuesta de la empresa al conjunto de factores. Quiñonez (2016, p.43)

La valoración y proceso considerado para determinar la capacidad de respuesta a factores estratégicos externos es la misma para la Empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Tabla 35. Matriz Resumen de Evaluación del Factor Externo

| Factores externos claves | Ponderación | Clasificación | Resultado |
|---|--------------------|----------------------|------------------|
| OPORTUNIDADES | | | |
| Abundancia de Leyes y normativas para sector empresarial | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Excesiva oferta de mano de obra no calificada. | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Ofertas de productos de baja calidad de los competidores | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Diferentes calidades de productos y precios | 0,08 | 4 | 0,32 |
| Los clientes los prefieren por costos bajos | 0,1 | 3 | 0,3 |
| Mantener a los clientes y buscar referidos que inicien como emprendimientos | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Posibilidades de diversificar con productos nacionales e importados | 0,09 | 3 | 0,27 |
| Dificultad para acceder a información actualizada | 0,07 | 4 | 0,28 |
| Sumas | 0,72 | | 2,61 |
| AMENAZAS | | | |
| Inflación | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Recesión Económica | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Automatización de procesos en la competencia | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Contaminación ambiental, riesgo enfermedades contagiosas | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Sumas | 0,28 | | 0,56 |
| TOTAL | 1 | | 3,17 |

Fuente: Matriz resumen de evaluación de factores externos de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Daft (2017, p.110) afirma que “la matriz de evaluación de factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva”. Para el caso de la Empresa “Nuevo Bazar 1001” se procedió a realizar un análisis en base a los parámetros establecidos y con las valoraciones de acuerdo a la evaluación del análisis a los factores externos que tiene la empresa.

El resultado de la ponderación cualitativa en el entorno externo es de 3,17 para “Nuevo Bazar1001”, con esto se mide que la venta de varios productos compite en un mercado con más oportunidades que amenazas lo que le convertirá en una empresa que se mantendrá en el mercado y aprovechando las oportunidades frente a los competidores.

3.1.3.3. Paso 3. Desarrollo análisis interno

David (2016) menciona que todas las organizaciones tienen fortaleza y debilidades en las áreas funcionales del negocio. Las fortalezas y debilidades internas junto con las oportunidades y amenazas externas y una declaración de misión sólida constituyen las bases para determinar objetivos y estrategias, los cuales se establecen con la intención de aprovechar las fortalezas internas y de superar las debilidades. (p.122)

(Goodstein, Nolan, & Pfeiffer, 2015) David (2016) menciona que para el desarrollo del análisis interno es necesario que los gerentes y empleados representativos de toda la compañía participen en la identificación de las fortalezas y debilidades de la empresa. Se requiere recopilar y asimilar información acerca de las funciones de administración, marketing, finanzas, y contabilidad, producción y operaciones, investigación y desarrollo, y de los sistemas de información gerencial de la empresa. Se debe asignar una prioridad a los factores claves. (p.123)

Las encuestas que se realizaron al personal de la Empresa “Nuevo Bazar 1001”, demuestran las fortalezas y debilidades de los proceso en las diferentes áreas del negocio.

Tabla 36. Identificador de factores claves internos

| FACTORES DE VALORACIÓN | DEBILIDAD | | FORTALEZAS | |
|---|------------|-------|------------|------------|
| | Importante | Menor | Menor | Importante |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| FUNCIÓN GERENCIAL Y ORGANIZATIVA | | | | |
| Personal involucrado con los objetivos de la Empresa | | | | X |
| Utiliza planes estratégicos | X | | | |
| Participación y compromiso de los propietarios | | | | X |
| Los propietarios tienen liderazgo | | X | | |
| Existe gestión de procesos en la empresa | X | | | |
| FUNCIÓN Y CAPACIDAD COMPETITIVA | | | | |
| Existe imagen institucional de la empresa | | | | X |
| Calidad de productos y satisfacción de los usuarios | | | | X |
| Existe administración, dirección, seguimiento, y control de los procesos internos | X | | | |
| Estructura organizacional, tienen organigrama | X | | | |
| Presencia y posicionamiento en el sector comercial | | | | X |

Continúa...

Tabla 36. (Cont.)

| | | |
|--|---|---|
| Promoción y mercadeo de servicios y productos | | X |
| Existe una comparación de costos con la competencia | | X |
| FUNCIÓN FINANCIERA | | |
| Existe suficientes recursos propios para financiar la compra de productos, hay autogestión financiera por los dueños | | X |
| Se cuenta con Estados financieros para la toma de decisiones | | X |
| Los inventarios de almacén y bodega cuentan con un control cruzado | X | |
| FUNCIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA | | |
| Se tiene equipos de cómputo en todos los locales y áreas | X | |
| La infraestructura física es la adecuada y su ubicación | | X |
| Todo el personal está capacitado en el uso de equipos | | X |
| Se aprovecha y usa la tecnología informática y de comunicación de la empresa | X | |
| FUNCIÓN DEL TALENTO HUMANO | | |
| El personal está calificado por habilidades y destrezas para sus funciones | | X |
| El número de empleados es óptimo para desarrollar las funciones | | X |
| Existe capacitación permanente el personal que labora en la empresa | X | |
| Se tiene personal experimentado en la empresa | | X |
| FUNCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO | | |
| Existe o no un plan de investigación para la compra de nuevos productos | X | |

Fuente: Identificación de factores claves internos de la empresa "Nuevo Bazar 1001".

Para David (2016, pp. 157-158)) la *Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)* luego de realizar el análisis interno del plan estratégico es construir esta matriz, una herramienta para la formulación de la estrategia resume y evalúa las fortalezas y debilidades importantes en las áreas funcionales de una empresa y también constituye una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas. Al desarrollar la matriz se requiere tener juicios intuitivos para que su apariencia de enfoque científico no implique que se le interprete como una técnica todopoderosa.

Tabla 37. Matriz de Evaluación de Factores Internos

| Descripción | Factores | Peso del Impacto | | Calificación de la respuesta | Valor ponderado de la respuesta |
|--------------|---|-----------------------|-----------------|------------------------------|---------------------------------|
| | | Importancia Ponderada | Peso específico | | |
| F | Personal involucrado con los objetivos de la Empresa | 15 | 0,10 | 3 | 0,30 |
| F | Participación y compromiso de los propietarios | 16 | 0,12 | 4 | 0,48 |
| F | Existe imagen institucional de la empresa | 16 | 0,10 | 3 | 0,30 |
| F | Calidad de productos y satisfacción de los usuarios | 16 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| F | Presencia y posicionamiento en el sector comercial | 15 | 0,12 | 4 | 0,48 |
| F | La infraestructura física es la adecuada y su ubicación | 16 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| F | El personal está calificado por habilidades y destrezas para sus funciones | 15 | 0,11 | 3 | 0,33 |
| D | Utiliza planes estratégicos | 10 | 0,02 | 1 | 0,02 |
| D | Existe gestión de procesos en la empresa | 10 | 0,03 | 1 | 0,03 |
| D | Existe administración, dirección, seguimiento, y control de los procesos internos | 10 | 0,02 | 2 | 0,04 |
| D | Estructura organizacional, tienen organigrama | 10 | 0,03 | 2 | 0,06 |
| D | Los inventarios de almacén y bodega cuentan con un control cruzado | 11 | 0,03 | 1 | 0,03 |
| D | Se tiene equipos de cómputo en todos los locales y áreas | 10 | 0,03 | 1 | 0,03 |
| D | Se aprovecha y usa la tecnología informática y de comunicación de la empresa | 10 | 0,03 | 2 | 0,06 |
| D | Existe capacitación permanente el personal que labora en la empresa | 10 | 0,02 | 1 | 0,02 |
| D | Existe o no un plan de investigación para la compra de nuevos productos | 10 | 0,02 | 1 | 0,02 |
| Total | | 200 | 1,00 | | 3,08 |

Fuente: Matriz de factores internos de la empresa "Nuevo Bazar 1001"

Las fortalezas y debilidades mencionadas en la matriz reflejan como las áreas de la empresa "Nuevo Bazar1001", están internamente. Las fortalezas deben ser aprovechadas y así reducir o minimizar el impacto que pueden ocasionar a corto o largo plazo las amenazas externas, e implementar estrategias puntuales de manera inmediata.

Tabla 38. Matriz Resumen de Evaluación de Factores Internos

| FACTORES | Peso específico | Calificación de la respuesta | Valor ponderado de la respuesta |
|--|-----------------|------------------------------|---------------------------------|
| FORTALEZAS | | | 2,77 |
| El personal está calificado por habilidades y destrezas para sus funciones | 0,11 | 3 | 0,33 |
| Existe imagen institucional de la empresa | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Personal involucrado con los objetivos de la Empresa | 0,10 | 3 | 0,30 |
| Calidad de productos y satisfacción de los usuarios | 0,11 | 4 | 0,44 |
| La infraestructura física es la adecuada y su ubicación | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Participación y compromiso de los propietarios | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Presencia y posicionamiento en el sector comercial | 0,12 | 4 | 0,48 |

Continúa...

Tabla 38. (Cont.)

| DEBILIDADES | | | 0,31 |
|---|-------------|---|-------------|
| Utiliza planes estratégicos | 0,02 | 1 | 0,02 |
| Existe gestión de procesos en la empresa | 0,03 | 1 | 0,03 |
| Los inventarios de almacén y bodega cuentan con un control cruzado | 0,03 | 1 | 0,03 |
| Se tiene equipos de cómputo en todos los locales y áreas | 0,03 | 1 | 0,03 |
| Existe capacitación permanente el personal que labora en la empresa | 0,02 | 1 | 0,02 |
| Existe o no un plan de investigación para la compra de nuevos productos | 0,02 | 1 | 0,02 |
| Existe administración, dirección, seguimiento, y control de los procesos internos | 0,02 | 2 | 0,04 |
| Estructura organizacional, tienen organigrama | 0,03 | 2 | 0,06 |
| Se aprovecha y usa la tecnología informática y de comunicación de la empresa | 0,03 | 2 | 0,06 |
| TOTAL | 1,00 | | 3,08 |

Fuente: Matriz resumen de evaluación de factores internos de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

De acuerdo a la matriz de evaluación interna, la empresa “Nuevo Bazar 1001” compite en el mercado con más fortalezas en su valor ponderado el 2,77 que las debilidades en 0,31 de valor ponderado; siendo el resultado total 3,08 que es bueno para el negocio.

El estar por 15 años en el sector comercial con el Bazar 1001 y la venta variada de productos y luego cambiar su razón social a Nuevo Bazar 1001, en Santo Domingo, y ser una empresa netamente familiar demuestra la experiencia el compromiso, el trabajo, la responsabilidad, sabiduría, e inteligencia en los negocios de sus propietarios, eso le hace identificar a las fortalezas presentadas.

Como todo negocio familiar la carencia de una visión técnica y científica le ha permitido que la empresa vaya teniendo inconvenientes que se han convertido en debilidades, que deben ser corregidas y aprovechadas para lograr minimizar los riesgos y seguir vigente en el mercado comercial.

3.1.3.3.1. Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y sus estrategias.

Tabla 39. Matriz FODA

| FORTALEZAS | | DEBILIDADES | |
|---|--|--|---|
| 1. Personal involucrado con los objetivos de la Empresa | 2. El personal está calificado por habilidades y destrezas para sus funciones | 3. Existe imagen institucional de la empresa | 4. Calidad de productos, y atención a clientes |
| 5. La infraestructura física es la adecuada y su ubicación | 6. Participación y compromiso de los propietarios | 7. Presencia y posicionamiento en el sector comercial | 1. Utiliza planes estratégicos |
| | | | 2. Existe gestión de procesos en la empresa |
| | | | 3. Los inventarios de almacén y bodega cuentan con un control cruzado |
| | | | 4. Se tiene equipos de cómputo en todos los locales y áreas |
| | | | 5. Existe capacitación permanente al personal que labora en la empresa |
| | | | 6. Existe o no un plan de investigación para la compra de nuevos productos |
| | | | 7. Existe administración, dirección, seguimiento, y control de los procesos internos |
| | | | 8. Estructura organizacional, tienen organigrama |
| | | | 9. Se aprovecha y usa la tecnología informática y de comunicación de la empresa |
| OPORTUNIDADES | | AMENAZAS | |
| 1. Abundancia de Leyes y normativas para sector empresarial | 2. Excesiva oferta de mano de obra no calificada. | 3. Ofertas de productos de baja calidad de los competidores | 4. Diferentes calidades de productos y precios |
| 5. Los clientes los prefieren por costos bajos | 6. Mantener a los clientes y buscar referidos que inicien como emprendimientos | 7. Posibilidades de diversificar con productos nacionales e importados | 8. Dificultad para acceder a información actualizada |
| | | | 1. Inflación |
| | | | 2. Recesión Económica |
| | | | 3. Automatización de procesos de control, registro de inventarios, administración, ventas y facturación |
| | | | 4. Contaminación ambiental, riesgo enfermedades contagiosas |

Fuente: Matriz FODA de la empresa "Nuevo Bazar 1001".

Tabla 40. Matriz de estrategias

| ESTRATEGIAS (FO) | ESTRATEGIAS (DO) |
|--|--|
| Adquirir productos nacionales o importados de buena calidad a precios accesibles a nuestro target de clientes(F7,O7) | Realizar un cronograma de capacitación para el personal de la empresa, con la finalidad de evitar, la contratación de trabajadores venezolanos a bajo costo(D5,O2) |
| Diseñar estadísticas tecnológicas y de mercado, para buscar y oferta nuevos productos(F3, O8) | Utilizar las redes sociales y comerciales para investigar y adquirir productos, diferenciados a la competencia(D6,O3) |
| Planificar un plan de negocios para minimizar el impacto de leyes internas.(F6,O1) | Diseñar un cronograma para elaborar la estructura organizacional, manuales, procesos, y reglamentos de la empresa, y así no ser sancionados por el Ministerio de Trabajo(D7,8:O2) |
| | Diseñar un manual para el uso de la tecnología y elaborar estrategias, estadísticas comerciales que permitan tomar decisiones(D9,O8) |
| ESTRATEGIAS (FA) | ESTRATEGIAS(DA) |
| Implementar una política interna de mejora continua y relación comercial con los clientes con atención diferencia. (F4,A3) | Adquirir equipos de computación para lograr la automatización de los procesos de los locales 1 y 2 de la empresa(D4,A3) |
| Planificar un manual de políticas financieras con la finalidad de reducir los riesgos de la empresa en inflación y recesión económica en el país(F7, A1y2) | Diseñar los planes estratégicos con la finalidad de minimizar riesgos en la administración de la empresa (D1,A1y2) |
| Implementar un protocolo de inducción de bioseguridad para evitar la contaminación ambiental y la propagación de enfermedades contagiosas en las instalaciones de la empresa(F6,A4) | |

Fuente: Matriz FODA de estrategias de la empresa "Nuevo Bazar 1001".

La matriz FODA es una importante herramienta de estrategias que conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias Fortalezas-Oportunidades, Debilidades-Oportunidades, Fortalezas-Amenazas y Debilidades-Amenazas. Estas cuatro estrategias han sido desarrolladas en este trabajo de investigación y están descritas en la Tabla 3-37.

3.1.3.4. Paso 4. Establecimiento de los objetivos a largo plazo

Para Chiavenato; Sapiro (2017) Los objetivos deben ser cuantitativos, medibles, realistas, comprensibles, desafiantes, jerárquicos, asequibles y congruentes entre las unidades de la organización. Cada objetivo debe asociarse también con un cronograma. Los objetivos comúnmente se establecen en términos como crecimiento de activos, de ventas, rentabilidad, participación en el mercado, grado y naturaleza de la diversificación, grado y naturaleza de la diversificación. (...) (p. 168)

Los objetivos que se establecen y comunican con claridad son fundamentales para que los propietarios o administradores logren sus metas en cada área y a nivel institucional. Los objetivos de las cuatro perspectivas están vinculados entre sí por relaciones causa y efecto: las perspectivas de (Kaplan & Norton, 2017) “perspectiva financiera, perspectiva del cliente, perspectiva del proceso interno, y perspectiva de aprendizaje y crecimiento” (p.58)

Tabla 41. Objetivos

| PERSPECTIVA | OBJETIVOS |
|----------------------------------|--|
| Financiera | <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimizar las pérdidas por disminuciones en venta de productos. 2. Renegociar con el sector financiero las deudas de corto plazo. 3. Optimizar gastos operativos 4. Optimizar gastos administrativos |
| Del cliente | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener comunicación con los clientes actuales 2. Solicitar a clientes actuales referidos de emprendedores recorredores 3. Mejorar la atención a los clientes que ingresen al almacén. |
| Del proceso interno | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la Organización y administración en las áreas administrativa, y negocios 2. Uso de tecnologías, para optimizar el tiempo de los procesos de inventarios, ventas, información contable y financiera. 3. Usar la tecnología informática y de comunicación de la empresa para obtener información de productos a nivel nacional e internacional. |
| Aprendizaje y crecimiento | <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal de la empresa según las áreas específicas y generales. 2. Mejora continua de las habilidades y destrezas de los empleados. 3. Mejorar la sistematización de atención mejorando los programas informáticos. |

Fuente: Matriz de objetivos de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

3.1.3.5. Pasos 5. Creación, evaluación y selección de las estrategias

La implementación de la estrategia es fundamentalmente diferente de su formulación. La formulación y la implementación contrastan de las siguientes maneras: La formulación de la estrategia implica posicionar las fuerzas antes de la acción. La implementación de la estrategia implica administrar las fuerzas durante la acción. La formulación se enfoca en la eficacia. La implementación se enfoca en la eficiencia. La formulación es principalmente un proceso intelectual. La implementación es principalmente un proceso operativo. (Koontz & Weihrich, 2015, p.175)

La formulación requiere de buenas habilidades intuitivas y analíticas. La implementación requiere de habilidades especiales de motivación y liderazgo. La formulación requiere coordinación entre unos cuantos individuos. La implementación requiere coordinación entre muchos individuos. (Koontz & Weihrich, 2015, p.175)

Tabla 42. Estrategias desde la Perspectivas Financieras

| Perspectiva Financiera | |
|-------------------------------|--|
| Objetivo 1: | <i>Minimizar las pérdidas por disminuciones en venta de productos.</i> |
| Estrategia | Diseñar los planes estratégicos con la finalidad de minimizar riesgos en la administración de la empresa |
| Indicador | Incremento de la rentabilidad: Ingresos netos/ Activos Totales |
| Meta | Alcanzar en un 25% nuevos clientes referidos por los “recorredores” que son nuestros clientes mas concurrentes |
| Actividad | Invitar a los clientes a presentar referidos / incentivar a reactivar los negocios, y motivar a los clientes con promociones, en ciertos productos |
| Responsables | Propietarios, Empleados, incentivar clientes |
| Tiempo | 120 días |
| Objetivo 2: | <i>Renegociar con el sector financiero las deudas de corto plazo.</i> |
| Estrategia | Planificar un manual de políticas financieras con la finalidad de reducir los riesgos de la empresa en inflación y recesión económica en el país |
| Indicador | Rotación de Cuentas por Pagar |
| Meta | Alcanzar el refinanciar las deudas a corto plazo convertirlas a largo plazo y disminución de cuotas (costo financiero + alto) |
| Actividad | Recurrir al sistema financiero y hacer la propuesta justificada con un plan de negocios y flujos de caja proyectados. |
| Responsables | Propietarios, Contador externo, Sistema financiero |
| Tiempo | 60días |
| Objetivo 3: | <i>Optimizar gastos operativos y administrativos</i> |
| Estrategia | Diseñar los planes estratégicos con la finalidad de minimizar riesgos en la administración de la empresa |
| Indicador | Control de gastos internos, solo montos superiores a \$250, para no interrumpir el proceso del giro del negocio. |
| Meta | Reducir los costo a cero de gastos o costos no relacionados por el negocio incluido propietarios del negocio |
| Actividad | Pasar por escrito la normativa interna que incluya a propietarios y empleados. |
| Responsables | Propietarios, Empleados Contador Externo |
| Tiempo | 15 días |

Fuente: Matriz de estrategias de la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

Tabla 43. Estrategias desde la Perspectiva del Cliente

| Perspectiva Del Cliente | |
|--------------------------------|---|
| Objetivo 1: | <i>Mantener comunicación con los clientes actuales</i> |
| Estrategia | Implementar una política interna de mejora continua y relación comercial con los clientes con atención diferencia |
| Indicador | Cantidad de clientes del período / Cantidad de clientes del período anterior X100 |
| Meta | Un referido por venta, y cerrar la venta de varios productos a un mismo cliente, mejorando el saludo y teniendo su contacto telefónico |
| Actividad | Involucramiento de los empleados y propietarios, para brindar una mejora atención a los clientes y hacer cierres de varios productos. |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 180 días |
| Objetivo 2: | <i>Solicitar a clientes actuales referidos de emprendedores recorredores</i> |
| Estrategia | Adquirir productos nacionales o importados de buena calidad a precios accesibles a nuestro target de clientes |
| Indicador | Cantidad de clientes del período / Cantidad de clientes del período anterior X100 |
| Meta | Dos clientes semanales recorredores atendidos, que nos refieran nuevos emprendedores recorredores que inicien su actividad por la situación económica que tiene el país |

Continúa...

Tabla 43. Cont.

| | |
|---------------------|---|
| Actividad | Hacer un seguimiento a nuestros antiguos clientes recorredores, para insistir o reconocer con promociones por referirnos un nuevo cliente |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 180 días |
| Objetivo 3: | Mejorar la atención a los clientes que ingresen al almacén. |
| Estrategia | Calidad en el servicio y responsabilidad empresarial |
| Indicador | Cantidad de clientes del período / Cantidad de clientes del período anterior X100 |
| Meta | Un cliente bien atendido por cada empleado y propietario del almacén |
| Actividad | Brindar un servicio de calidad, demostrando responsabilidad y respeto |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 180 días |

Fuente: Matriz de estrategias de la empresa "Nuevo Bazar 1001"

Tabla 44. Estrategia desde la Perspectiva del Proceso Interno

| Perspectiva Del Proceso Interno | |
|--|--|
| Objetivo 1: | Mejorar la Organización y administración en las áreas administrativa, y negocios |
| Estrategia | Diseñar un manual para el uso de la tecnología y elaborar estrategias, estadísticas comerciales que permitan tomar decisiones |
| Indicador | Número de veces que se utilizará los equipos y horas hombre |
| Meta | Preparar un informe mensual de estadísticas comerciales y comparar con la empresa |
| Actividad | El propietario o el empleado asignado deberá preparar informes sobre crecimiento de ventas y productos |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 180 días |
| Objetivo 2: | Uso de tecnologías, para optimizar el tiempo de los procesos de inventarios, ventas, información contable y financiera. |
| Estrategia | Adquirir equipos de computación para lograr la automatización de los procesos de los locales 1 y 2 de la empresa |
| Indicador | Porcentaje áreas Automatizadas (Área automatizada / Tareas totales)*100 |
| Meta | Tener los inventarios a tiempo, y la información en el sistema de venta de productos en los locales diariamente. |
| Actividad | Migrar la información actual a los sistemas y equipos para ir corrigiendo errores manuales |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 90 días |

Fuente: Matriz de estrategias de la empresa "Nuevo Bazar 1001"

Tabla 45. Estrategias desde la Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento

| Perspectiva De Aprendizaje y Crecimiento | |
|---|---|
| Objetivo 1: | Capacitar al personal de la empresa según las áreas específicas y generales. |
| Estrategia | Realizar un cronograma de capacitación para el personal de la empresa |
| Indicador | Porcentaje de Talento Humano capacitado |
| Meta | El 100% de personal administrativo y vendedores reciban capacitación |
| Actividad | Elegir los temas prioritarios que requirieren retroalimentación para los empleados. |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 180 días |

Continúa...

Tabla 45. (Cont.)

| | |
|---------------------|--|
| Objetivo 2: | Mejorar la sistematización de atención mejorando los programas informáticos. |
| Estrategia | Utilizar las redes sociales y comerciales para investigar y adquirir productos, diferenciados a la competencia |
| Indicador | Porcentaje áreas automatizadas (Área automatizada / Tareas totales)*100 |
| Meta | El 100% de personal administrativo y vendedores deben estar capacitados |
| Actividad | Manejo de equipos y programas informáticos |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | 120 días |

Fuente: Matriz de estrategias de la empresa "Nuevo Bazar 1001".

Tabla 46. Estrategia desde la Perspectiva de Riesgo

| Perspectiva De Riesgos | |
|-------------------------------|--|
| Objetivo 1: | Contaminación ambiental, riesgo enfermedades contagiosas |
| Estrategia | Implementar un protocolo de inducción de bioseguridad para evitar la contaminación ambiental y la propagación de enfermedades contagiosas en las instalaciones de la empresa |
| Indicador | No medible |
| Meta | Minimizar el riesgo de contagios propietarios y empleados |
| Actividad | Reserva al tipo de riesgo que se presente |
| Responsables | Propietarios, Empleados, |
| Tiempo | No medible |

Fuente: Matriz de estrategias de la empresa "Nuevo Bazar 1001"

3.1.4. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Trivas (2016, p.336) La mayoría de estrategias están de acuerdo en que la evaluación de la estrategia es esencial para el bienestar de una organización; Las evaluaciones oportunas permiten alertar a la administración sobre problemas actuales o potenciales antes de que una situación llegue a ser crítica.

Se describen las estrategias por cada perspectiva para la empresa "Nuevo Bazar 1001".

3.1.4.1. Perspectiva financiera

Tabla 47. Evaluación de la estrategia. Perspectiva financiera

| Objetivo 1: Minimizar las pérdidas por disminuciones en venta de productos. | | | |
|---|-------------------------------------|---------------|---|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Invitar a los clientes a presentar referidos. | Propietarios | 120 días | Informe de gestión del número de clientes involucrados en el proceso de recomendar un referido |
| incentivar a reactivar los negocios, y motivar a los clientes con promociones, en ciertos productos | Empleados Clientes | 120 días | Informe de la cantidad de promociones entregadas y cruzar con el informe de gestión del número de clientes. |

Tabla 47. (Cont.)

| Objetivo 2: Renegociar con el sector financiero las deudas de corto plazo... | | | |
|---|-------------------------------------|---------------|---|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Recurrir al sistema financiero y hacer la propuesta justificada con un plan de negocios y flujos de caja proyectados. | Propietarios | 120 días | Contador externo prepara flujo de caja proyectado |
| | Contador externo | 60 días | Propietario prepara plan de negocios con información comercial del negocio Se presenta al Banco Pichincha. |
| Objetivo 3: Optimizar gastos operativos y administrativos | | | |
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Pasar por escrito la normativa interna que incluya a propietarios y empleados. | Propietarios Empleados | 15 días | Pasar un mail interno al personal con la finalidad de reducir los costos y gastos no relacionados por el negocio incluido propietarios del negocio. |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

Tabla 48. Evaluación de la estrategia. Perspectiva del cliente

| Objetivo 1: Mantener comunicación con los clientes actuales | | | |
|---|-------------------------------------|---------------|--|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Involucramiento de los empleados y propietarios, para brindar una mejor atención a los clientes y hacer cierres de varios productos. | Propietarios Empleados | 180 días | Informe semanal de los vendedores de la atención realizada a los clientes y que todos debemos saludar, conversar y ofertar los productos |
| Objetivo 2: Solicitar a clientes actuales referidos de emprendedores re corredores | | | |
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Hacer un seguimiento a nuestros antiguos clientes re corredores, para insistir o reconocer con promociones por referirnos un nuevo cliente. | Propietarios Empleados | 180 días | Informe semanal de referidos de dos clientes atendidos, que nos refieran nuevos emprendedores re corredores. |
| Objetivo 3: Mejorar la atención a los clientes que ingresen al almacen. | | | |
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Brindar un servicio de calidad, demostrando responsabilidad y respeto | Propietarios Empleados | 180 días | Informe semanal de un cliente bien atendido por cada empleado y propietario del almacen, basados en el manual de procedimiento de atención al cliente. |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

Tabla 49. Evaluación de la estrategia. Perspectiva del proceso interno

| Objetivo 1: Mejorar la Organización y administración en las áreas administrativa, y negocios | | | |
|--|-------------------------------------|---------------|---|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| El propietario o el empleado asignado deberá preparar informes sobre crecimiento de ventas y productos | Propietarios Empleados | 180 días | Informe mensual del crecimiento de ventas por montos, numero, tipo de clientes, si son clientes nuevos, o antiguos. |
| Objetivo 2: Uso de tecnologías, para optimizar el tiempo de los procesos de inventarios, ventas, información contable y financiera. | | | |
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Migrar la información actual a los sistemas y equipos para ir corrigiendo errores manuales. | Propietarios Empleados | 90 días | Informe semanal del proceso de migración de datos por área o cada responsable de una actividad en la empresa. |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

Tabla 50. Evaluación de la estrategia. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

| Objetivo 1: Capacitar al personal de la empresa según las áreas específicas y generales. | | | |
|---|-------------------------------------|---------------|---|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Elegir los temas prioritarios que requirieren retroalimentación para los empleados. | Propietarios Empleados | 180 días | Preparar un esquema de capacitación semestral para los trabajadores y distribuirlo para conocimiento y hacer llegar mail a cada uno para justificar la comunicación y asistencia. |
| Objetivo 2: Mejorar la sistematización de atención mejorando los programas informáticos. | | | |
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Manejo de equipos y programas informáticos | Propietarios Empleados | 120 días | Informe semanal del manejo de equipos en un 100% por el personal |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

Tabla 51. Evaluación de la estrategia. Perspectiva de riesgo

| Objetivo 1: Contaminación ambiental, riesgo enfermedades contagiosas | | | |
|---|-------------------------------------|---------------|---|
| Actividad | Responsables, e Involucrados | Tiempo | Medición y evaluación de desempeño |
| Reserva al tipo de riesgo que se presente | Propietarios Empleados | No medible | Minimizar el riesgo de contagios propietarios y empleados |

Elaborado por: Cinthya Haro, 2020

CAPITULO 4. DISCUSIÓN

4.1. CONCLUSIONES

- Con la información obtenida en el proceso de ejecución del plan estratégico de la Empresa “Nuevo Bazar 1001”, se ha logrado conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, así como factores externos micro y macros que han afectado al negocio durante sus años de permanencia en el mercado, y la finalidad es lograr la mejora continua.
- El fundamento teórico-metodológico del plan estratégico implementado ha permitido realizar el análisis situacional de la Empresa “Nuevo Bazar 1001” para definir varios aspectos importantes cómo son la visión, misión, objetivos, estrategias y los métodos para evaluarlos; para tener una mejor administración del negocio.
- Las debilidades internas y amenazas externas demuestran novedades en la empresa por falta de capacitación permanente a los empleados, no contar con software y hardware actualizados con plataformas o sistemas relacionados y enlazados, una atención y servicio deficiente a los clientes externos, el no tener un proceso administrativo estructural y organizacional deo en desventaja a la empresa frente a la competencia.
- En lo posterior se debe implementar un sistema de seguimiento y control para saber si se están aplicando las estrategias de manera permanente o no, y minimizando los riesgos de la empresa para competir en esta época de crisis nacional.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a los propietarios aprobar la propuesta del plan estratégico ejecutado, y con el plan de acción para su cumplimiento al corto y mediano plazo.
- La fundamentación metodológica de la planificación estratégica recomienda su revisión por ser una herramienta que es utilizada de manera permanente por todas las empresas o negocios que buscan tener una ventaja competitiva frente a sus competidores.

- El resultado del plan estratégico debe ser socializado, revisado entre los propietarios, personal actual, y los empleados que se vayan incorporando a la empresa, para así lograr con efectividad y eficiencia se cumplan con las estrategias, y plan de acción sin interrupciones a favor de todos los que integran la empresa directa e indirectamente.
- La implementación debe ser ejecutada en las fechas, y con las personas responsables asignadas o en caso de retiro de una de ellas, se deberá contar con un propietario para que continúe la ejecución cumplimiento, en la empresa “Nuevo Bazar 1001”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ansoff, H. I. (1997). *La Dirección Estratégica en la Práctica Empresarial*. México: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Arbaiza, F. (2017). *Administración y Organización un enfoque contemporáneo*. Argentina: Learning Argentina.
- Calderón, G., & Castaño, G. (2005). *Investigación en Administración en América Latina Evolucion y Resultados*. Bogota- Colombia: Edigráficas.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos el capital humano de recursos humanos*. México: McGraw- Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Chiavenato, I. (2017). *Administracion de Recursos Humanos*. México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- COCPI. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Legislación para las Pymes*. Quito: Edimpres.
- Daft, R. (2017). *Administración Estratégica*. México: Thompson.
- D'Astous, A. (2011). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Norma.
- Dávalos, N. (2009). *Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoria*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Dávalos, N. (2010). *Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoria*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- David, F. R. (2016). *Conceptos de Administración estratégica*. México: PEARSON EDUCACIÓN Actualizado.
- David, R. (2011). *Strategic Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc. 13a ed.
- Fantova, A. F. (2016). *Manual para la gestión de la intervención social*. MADRID: CCS PUBLIDISA.
- Fuentes, T., & Luna Cardozo, M. (2011). *Análisis de tres modelos de planificación estratégica bajo cinco principios del pensamiento complejo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3895231>

- Goodstein, L., Nolan, T., & Pfeiffer, W. (2015). *Planeación Estratégica Aplicada*. Colombia: D´Vinni Ltda.
- Graham, F., & Zehle, S. (2016). *Como diseñar un plan de negocios*. México: Colección Finanzas y Negocios The Economist.
- Hernandez Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hernandez, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana.
- INSOTEC. (03 de Agosto de 2016). *Artículo Insotec*. Obtenido de <http://www.insotec-ec.com/index.php?view=article&id=44:insotec&format=pdf>
- Jhonson, G., & Scholes, K. (2016). *Dirección Estratégica*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2017). *Mapas Estratégicos*. Barcelona: Gestión 200.
- Koontz, H., Heinz, W., & Cannice, M. (2015). *Administración una perspectiva global*. México: McGraw-Hill/ Interamericana.
- Laborda, L., & De Zuani, E. (2015). *Fundamentos de gestión empresarial, Teoría y práctica desde un enfoque sistémico*. Argentina: Valletta Ediciones.
- Ley de Compañías. (2015). *Ley de Compañías*. Quito: EDIMPRES.
- LOTTTSV. (2009). *Reglamento General para la aplicación de la ley orgánica del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial*. Quito: Registro Oficial 604, 03-VI-2009.
- Males, R. (2016). *Fundamento de Gestión Empresarial*. Bogotá: Estudios Superiores.
- Mendez, C. A. (2012). *Metodología, Guía para Elaborar Diseños de investigación en Ciencias Económicas, Contables Administrativas*. México: McGraw Hill.
- Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (2015). *El Proceso Estratégico, Conceptos, Contextos y Casos*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana.

- Munch, L. (2017). *Gestión Organizacional enfoques y procesos administrativos* (Tercera ed.). México: Pearson Educación México.
- Nutz, N., & Siervers, M. (2016). *Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Porter, M. (2017). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria.
- Quiñonez, M. (2016). *Módulo de Planificación y Dirección Estratégica*. Esmeraldas: Universidad Católica del Ecuador.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración*. México: Pearson Educación de México.
- Robbins, S., & Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de la Administración, conceptos esenciales y aplicaciones*. Mexico: Pearson Educación.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2016). *Fundamentos de Preparación de Proyectos y Evaluación de Proyectos* (Quinta actualizada ed.). Bogotá, Colombia: McGraw Hill.
- SEPS. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Quito: Corporación de Estudios y publicaciones.
- SEPS. (2015). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Catálogo Único de Cuentas*. Quito: Registro Oficial.
- SEPS. (2015). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Catálogo Único de Cuentas*. Quito: Registro Oficial.
- SRI. (2016). *Empresas obligadas a llevar contabilidad*. Santo Domingo de los Tsáchilas: CEPAL/CELADE Redatam+SP25-2018 , PROVN-23.
- SRI. (22 de Enero de 2019). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Consulta del RUC: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>
- Stoner, J., Freeman, R. E., & Gilbert, D. (2015). *Administración*. México: Prentice Hall.
- SUPERCIAS. (2012). *Resolución.No.SC.Q.ICI.CPAIFRS.11.01*. Obtenido de Superintendencia de Compañías: http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/niif/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf
- SUPERCIAS. (17 de Enero de 2019). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de Información Compañías por

actividad: https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%3%b1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Companias%20por%20Actividad%2

Supo, J. (2014). *Seminarios de Investigación Científica*. Arequipa - Perú: Bioestadístico IERL.

Terry, G. R. (2016). *Administración y Control de Oficinas*. México: CTESA.

Thompson, A., Gamble, J., & Strickland, A. (2016). *Administración Estratégica Teoría y Casos*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Trivas, T. L. (2016). *Dirección Etratégica. Proceso de la organización en el siglo XXI*. México: Editorial Trillas.

Weston, J. F., & Brigham, E. F. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: McGraw Hill.

Zea Leiva, F. (2009). *Investigacion Científica*. Quito: Graficas Moderna.

ANEXOS

Anexo A. Entrevista a los accionistas



UNIVERSIDAD UTE

Entrevista realizada a accionistas de la Micro empresa Nuevo Bazar 1001

Solicito muy comedidamente a usted se digne permitirnos una entrevista basada en preguntas y respuestas cortas con conclusiones del porque la empresa no ha ejecutado cambios, esté trabajo que tiene el carácter académico, requisito previo a la obtención del título en Ingeniera Empresas y Negocios.

Objetivo: PLAN ESTRATÉGICO DE LA MICROEMPRESA “NUEVO BAZAR 1001” SANTO DOMINGO 2020.

Pregunta 1

¿Los dueños del negocio tienen experiencia en administrar el negocio?

Conozco Mucho

Conozco poco

No conozco nada

Pregunta 2

¿La microempresa Nuevo Bazar 1001 cuenta con un organigrama funcional?

Si

No

.Pregunta 3

¿Las personas que trabajan en la empresa tienen por escrito las funciones de cada uno?

Por escrito

No hay por escrito

Verbal

Pregunta 4

¿La empresa tiene misión, visión y principios morales y éticos?

Si

No

Pregunta 5

¿Usted sabe cuál es la misión del negocio?

Si

No

Pregunta 6

¿Usted conoce que es una Visión del negocio?

Si

No

Pregunta 7

¿La empresa cuenta con sistemas tecnológicos?

Si

No

Pregunta 8

¿En el negocio se ha determinado amenazas, fortalezas, oportunidades, debilidades?

SI

NO

Pregunta 9

¿La comunicación con el personal que labora es por?

Escrito

Verbal

Ninguna de las dos

Pregunta 10

¿El negocio es conocido por su actividad en la ciudad?

SI

NO

Pregunta 11

¿Se cuenta con un registro de la cantidad de clientes del negocio?

Si

No

Aproximadamente

Pregunta 12

¿Existe un control automático o manual de inventario de los productos que vende el negocio?

Control manual

Control automático

Pregunta 13

¿Si eres el propietario estás de acuerdo en apoyar un cambio de mejora para el negocio?

Si

No aplica

Pregunta 14

¿El negocio tiene algún contrato de publicidad en?

Prensa escrita

Radio

TV

Revistas

Ninguno

Pregunta 15

¿Por qué es importante una administración técnica del negocio?

Evitar perdidas

No pagar multas

La competencia

Anexo B. Entrevista al personal de la microempresa



UNIVERSIDAD UTE

Encuesta dirigida al personal de la Micro empresa Nuevo Bazar 1001

Solicito muy comedidamente responder la siguiente encuesta que tiene el carácter académico, requisito previo a la obtención del título en Ingeniera Empresas y Negocios.

Objetivo: PLAN ESTRATÉGICO DE LA MICROEMPRESA “Nuevo Bazar 1001” SANTO DOMINGO 2020.

Las encuestas al personal permiten ratificar o denegar lo mencionado por los accionistas de la empresa en relación a las situaciones internas de la empresa, en las perspectivas financieras, de clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento en Nuevo Bazar 1001.

Pregunta 1

¿La empresa tiene una estructura organizacional?

Si

No

Pregunta 2

¿Usted conoce las funciones a desempeñar en la empresa?

Conozco mucho

Conozco poco

No conozco

Pregunta 3

¿Usted conoce si la empresa tiene misión, visión y principios éticos?

Conozco

Desconozco

Pregunta 4

¿Su trabajo lo hace de forma manual o utiliza sistemas tecnológicos?

Manualmente

Usa tecnología

Forma mixta

¿Qué procesos internos están automatizados en el negocio?

Facturación
Contabilidad
Inventarios
Informes financieros
Talento Humano

Pregunta 5

¿Los precios de los productos que oferta, están acorde al segmento de clientes que tiene?

Precios Altos
Precios de Distribuidor
Precios más bajos del mercado

Pregunta 6

¿Las instrucciones que dan los dueños o jefes lo hacen de manera verbal o escrita?

Escrita
Verbal
Ninguna de las dos

Pregunta 7

¿Usted conoce los objetivos empresariales para el funcionamiento de la empresa?

Conozco mucho
Conozco poco
No conozco

Pregunta 8

¿Conoce usted que es las amenazas, fortalezas, debilidades, oportunidades empresariales (FODA)?

Conozco
Desconozco

Pregunta 9

¿Existe un control de inventario de productos que vende?

Control manual
Control automático
Control mixto

Pregunta 10

¿Usted está dispuesto a colaborar para una mejora de los procesos?

Si

No

Pregunta 11

¿Los productos que se ofertan tienen aceptación en el mercado?

Si

No

Pregunta 12

¿Cuántos años usted trabaja en la empresa?

De 1 a 2 años

De 3 a 5 años

De 6 en adelante

Pregunta 13

¿La empresa les capacita anualmente?

Si

No

Pregunta 14

¿Existe manuales de procedimientos, reglamento interno, manual de riesgos de trabajo?

Si

No

Pregunta 15

¿La empresa hace distribución al por mayor de los productos a nivel provincial y nacional?

Si

No