



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA “MAXICITY S.A.”  
EN LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, AÑO  
2015-2019.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del Título de:  
INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: ÁNGELA NEREISE BAQUE BAQUE  
TUTOR: ING. SOFÍA LOVATO TORRES, MBA.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL**

**PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA “MAXICITY S.A.”**

**EN LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN**

**SALINAS, PROVINCIA DE**

**SANTA ELENA, AÑO**

**2015-2019.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: ÁNGELA NEREISE BAQUE BAQUE**

**TUTOR: ING. SOFÍA LOVATO TORRES, MBA.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

**La Libertad, 23 de Febrero de 2015**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTON SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019**”, elaborado por la Srta. ANGELA NEREISE BAQUE BAQUE, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
Ing. SOFÍA LOVATO TORRES, MBA.

**TUTOR**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTON SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**La Libertad, 23 de Febrero de 2015.**

**Atentamente**

.....  
**ÁNGELA NEREISE BAQUE BAQUE.**

**C.C.: 092716412-9**

## DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a personas excepcionales como son a mis padres (Azucena y Gonzalo), hermanos (Yuri y Ronald), esposo (Ricardo), familia en general y sobre todo a nuestro padre Dios rey celestial que han sido el pilar fundamental para cumplir con mis objetivos planteados a lo largo de mi vida, sin el apoyo de ellos no hubiera triunfado en este mundo, todo se los debo a ellos.

*Ángela Baque Baque.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco principalmente a nuestro Padre Dios Rey celestial y a nuestra madre la Virgen María que siempre me ha estado iluminando el camino a seguir, sin su divina misericordia no sería una profesional, a mi madrecita Azucena Baque Tumbaco quien es el pilar fundamental de mi vida, es la persona que nunca me ha dejado caer a pesar de los obstáculos que se presenta día a día, ella siempre está conmigo.

A todos los docentes del alma mater UPSE, a los directivos de la Compañía Maxicity S.A. quienes me abrieron las puertas en su institución para apoyarme de forma incondicional, sin su ayuda no habría podido alcanzar este triunfo.

*Ángela Baque Baque.*

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DECANA DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

---

Eco. Félix Tigrero González, MSc.  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA  
INGENIERÍA COMERCIAL.**

---

Ing. Sofía Lovato Torres, MSc.  
**PROFESOR TUTOR.**

---

Eco. Hugo Álvarez Plua, MSc.  
**PROFESOR DEL ÁREA.**

---

Abg. Joe Espinoza Ayala.  
**SECRETARIO GENERAL**

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA  
PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN SALINAS,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019”

**AUTOR:** Ángela Nereise Baque Baque.

**TUTOR:** Ing. Sofía Lovato Torres, MBA.

**RESUMEN.**

El presente trabajo de titulación está encaminado a proponer las soluciones a los problemas actuales que está pasando en la compañía Maxicity S.A. para la cual se elaboró un plan estratégico. La compañía se dedica a la comercialización al por mayor y menor de productos del mar y adicionalmente a prestar servicios de frigoríficos para la congelación de toda clase de mariscos. La empresa fue creada el 06 de mayo del año 2010 con el propósito de brindar productos de calidad a menor precio, satisfaciendo las necesidades de los clientes nacionales e internacionales que consumen productos frescos del mar. En al presente propuesta se elabora un marco teórico el mismo que tiene por objetivo fundamentar teóricamente los temas relacionados a un plan estratégico, además se plantean un marco situacional y legal. En el capítulo dos se establece una metodología de investigación la misma que incluye método, diseño, población y muestra, luego está el análisis e interpretación de los resultados, previa a esto se elaboró los instrumentos de investigación necesarios para el levantamiento de información oportuna y confiable. Toda esta información se tabulo en un programa estadístico Spss permitiendo obtener en forma de gráficos y tablas la información derivada de la aplicación de la encuesta. En la propuesta se formuló el direccionamiento estratégico que se encuentran conformados por la misión que es la razón de ser la empresa, visión que es donde quiere llegar en un futuro, objetivos es lo que se quiere lograr en un periodo ya sea a corto, mediano o largo plazo y valores corporativos que es la forma de proyectarse ante el mercado, también se establecen el tipo de análisis situacional de Maxicity en las cuales se han tomado en consideración las matrices mefi, mefe, foda y matriz estratégica foda esto ayudan a establecer el tipo de estrategia empresarial que utilizara la empresa para solucionar los problemas presente, dichas estrategia son la de penetración y de crecimiento, asimismo se detallan las funciones y perfil de cada departamento, se explica cómo debe de darse un control y seguimiento adecuado a cada proyecto, con el fin de medir el grado del cumplimiento de las actividades que vayan encaminada a un mismo objetivo. Cabe señalar que estas estrategias ayudarán a Maxicity S.A. a ser competitivo en el ámbito empresarial.

## ÍNDICE GENERAL.

<b>PORTADA</b> .....	i.
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii.
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	iii.
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv.
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	v.
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	vi.
<b>RESUMEN</b> .....	vii.
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	viii.
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi.
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xiii.
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xiv.
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>MARCO CONTEXTUAL</b> .....	3
Tema.....	3
Problema de Investigación.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Delimitación del Problema.....	3
Formulación del Problema.....	4
Sistematización del Problema.....	5
Evaluación del Problema.....	5
Justificación del Tema.....	6
Justificación Teórica.....	6
Justificación Metodológica.....	6
Justificación Práctica.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Hipótesis.....	9
Operacionalización de las Variables.....	9
<b>CAPÍTULO I</b> .....	9
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	12
<b>1.1. ANTECEDENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO</b> .....	12
<b>1.2. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES</b> .....	13
1.2.1. Definición de estrategias empresariales.....	13
1.2.2. Importancia de la estrategia empresarial.....	14
1.2.3. Características de la estrategia empresariales.....	15
1.2.4. Principios básicos de la estrategia empresarial.....	15
1.2.5. Para que sirve las estrategias empresariales.....	16

1.2.6.	Modelos de estrategias empresariales.....	17
1.2.7.	Elementos de las estrategias empresariales. ....	20
1.2.7.1.	Direccionamiento estratégico. ....	20
1.2.7.2.	Análisis situacional empresarial. ....	23
1.2.7.3.	Estrategias empresariales.....	29
1.2.7.4.	Formulación e implementación. ....	35
1.2.7.5.	Control y seguimiento.....	38
<b>1.3.</b>	<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MAXICITY</b>	
<b>S.A.</b>	.....	39
1.3.1.	Gestión administrativa. ....	39
1.3.1.1.	Elementos constitutivos. ....	40
1.3.3.	Recursos.....	41
1.3.4.	Impacto ambiental.....	44
1.3.4.1.	Responsabilidad social.....	44
1.3.4.2.	Aporte al buen vivir. ....	44
1.3.4.3.	Estudio ambiental o recursos naturales.....	45
1.3.5.	Marco situacional.....	45
1.3.6.	Marco legal. ....	46
<b>CAPÍTULO II</b>	.....	488
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	.....	48
<b>2.1. METODOLOGÍA.</b>	.....	48
<b>2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	.....	48
<b>2.3. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	.....	49
<b>2.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.</b>	.....	49
<b>2.5. MÉTODOS.</b>	.....	51
<b>2.6. TÉCNICAS.</b>	.....	51
<b>2.7. INSTRUMENTO.</b>	.....	52
<b>2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA.</b>	.....	53
2.8.1.	Población. ....	53
2.8.2.	Muestra. ....	53
<b>2.9. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LOS DATOS.</b>	.....	54
<b>CAPÍTULO III</b>	.....	57
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.</b>	.....	57
<b>3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.</b>	...	57
<b>3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.</b>	...	60
<b>3.3. CONCLUSIÓN.</b>	.....	73
<b>3.4. RECOMENDACIONES.</b>	.....	74
<b>CAPÍTULO IV</b>	.....	75

<b>“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTON SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019”.</b>	75
<b>4.1. PRESENTACIÓN.</b>	75
<b>4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.</b>	76
<b>4.3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN.</b>	77
<b>4.4. MODELOS DE PLAN ESTRATÉGICO.</b>	78
<b>4.5. COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICOS.</b>	79
4.5.1. Direccionamiento estratégico.	79
4.5.1.1. Filosofía.	79
4.5.1.2. Visión.	79
4.5.1.3. Misión.	80
4.5.1.4. Objetivos.	80
4.5.1.5. Metas.	81
4.5.1.6. Valores.	81
4.5.1.7. Estructura organizacional y órgano funcional.	82
4.5.1.8. Análisis situacional.	86
4.5.3.1. Mefi.	87
4.5.3.2. Mefe.	88
4.5.3.3. Foda (matriz estratégica).	89
4.5.3.4. Análisis de porter.	90
4.5.3.5. Cadena de valor.	91
4.5.3.6. Matriz bcg.	92
4.5.3.7. Matriz de Posición (peyea).	93
4.5.4. Formulación estratégica.	95
4.5.4.1. Estrategias.	95
4.5.4.2. Cursos de acción.	96
4.5.4.3. Políticas.	98
4.5.4.4. Procedimientos.	99
4.5.4.5. Programas	103
4.5.4.6. Proyectos.	105
4.5.4.7. Seguimiento y control.	112
4.5.4.8. Planeación operativa.	113
<b>CONCLUSIONES.</b>	120
<b>RECOMENDACIONES.</b>	121
<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	122
<b>REFERENCIAS DE PÁGINAS WEB Y ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS.</b>	124
<b>ANEXOS.</b>	125

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Estrategia Empresarial.....	10
TABLA N° 2 Gestión Administrativa.....	11
TABLA N° 3 Aplicación de la Matriz de Evaluación del Factor Interno... ..	25
TABLA N° 4 Aplicación de la Matriz de Evaluación del Factor Externo... ..	26
TABLA N° 5 Matriz Estratégica Foda.....	28
TABLA N° 6 Talento Humano de Maxicity S.A.....	42
TABLA N° 7 Población de Maxicity S.A.....	53
TABLA N° 8 Muestra.....	53
TABLA N° 9 Imagen Corporativa.....	61
TABLA N° 10 Implementación de Estrategias.....	62
TABLA N° 11 Creación de Misión, Visión, y Objetivos.....	63
TABLA N° 12 Aplicación de Valores Empresariales.....	64
TABLA N° 13 Debilidades de Maxicity S.A.....	65
TABLA N° 14 Planificación Estratégica (logro de objetivos).....	66
TABLA N° 15 Procedimientos Administrativos.....	67
TABLA N° 16 Análisis Foda.....	68
TABLA N° 17 Creación de Plan Estratégico.....	69
TABLA N° 18 Beneficios del Plan Estratégico.....	70
TABLA N° 19 Implementación de Programas.....	71
TABLA N° 20 Importancia de los Proyectos.....	72
TABLA N° 21 Datos de Identificación de Maxicity S.A.....	78
TABLA N° 22 Análisis Situacional Factor Interno.....	86
TABLA N° 23 Análisis Situacional Factor Externo.....	87
TABLA N° 24 Matriz de Evaluación del Factor Interno.....	87
TABLA N° 25 Matriz de Evaluación del Factor Externo.....	88
TABLA N° 26 Estratégico Maxicity S.A.....	89
TABLA N° 27 Matriz Peyea.....	94
TABLA N° 28 Tipos de Estrategias para Maxicity S.A.....	96
TABLA N° 29 Procedimientos de Proveedores.....	100
TABLA N° 30 Procedimientos de Producción.....	101
TABLA N° 31 Programa 1.....	103
TABLA N° 32 Programa 2.....	104
TABLA N° 33 Proyecto 1.....	107
TABLA N° 34 Proyecto 2.....	108
TABLA N° 35 Proyecto 3.....	109
TABLA N° 36 Proyecto 4.....	110
TABLA N° 37 Proyecto 5.....	111
TABLA N° 38 Cuadro de Mando Integral de Maxicity S.A.....	112

TABLA N° 39 Plan Operativo de Maxicity S.A.....	113
TABLA N° 40 Presupuesto de los Proyectos.....	115
TABLA N° 41 Remuneración Anual del Talento Humano. ....	116
TABLA N° 42 Insumos de Maxicity S.A. ....	116
TABLA N° 43 Tir de Maxicity S.A. ....	119
TABLA N° 44 Amortización del Crédito. ....	119
TABLA N° 45 Recuperación de la Inversión.....	119

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Modelo de Tom Lambert.....	18
GRÁFICO N° 2 Modelo de Planeación Estratégica Shkg .....	19
GRÁFICO N° 3 Matriz Peyea. ....	32
GRÁFICO N° 4 Matriz de Boston Consulting Group. ....	35
GRÁFICO N° 5 Ubicación Geográfica de Maxicity S.A.....	45
GRÁFICO N° 6 Imagen Corporativa. ....	61
GRÁFICO N° 7 Implementación de Estrategias.....	62
GRÁFICO N° 8 Creación de Misión, Visión, Valores y Objetivos.....	63
GRÁFICO N° 9 Aplicación de Valores Empresariales.....	64
GRÁFICO N° 10 Debilidades de Maxicity S.A.....	65
GRÁFICO N° 11 Plan Estratégico (logro de objetivos). ....	66
GRÁFICO N° 12 Procedimientos Administrativos. ....	67
GRÁFICO N° 13 Análisis Foda. ....	68
GRÁFICO N° 14 Creación de Plan Estratégico. ....	69
GRÁFICO N° 15 Beneficios del Plan Estratégico.....	70
GRÁFICO N° 16 Implementación de Programas. ....	71
GRÁFICO N° 17 Importancia de los Proyectos.....	72
GRÁFICO N° 18 Instalaciones de Maxicity S.A.....	75
GRÁFICO N° 19 Logo y Eslogan de Maxicity S.A. ....	77
GRÁFICO N° 20 Modelo de Plan Estratégico para Maxicity S.A .....	78
GRÁFICO N° 21 Estructura Organizacional de Maxicity S.A. ....	85
GRÁFICO N° 22 Las 5 Fuerzas de Porter en Maxicity S.A. ....	91
GRÁFICO N° 23 Matriz Bcg. ....	92
GRÁFICO N° 24 Matriz Peyea “Maxicity S.A.” .....	95
GRÁFICO N° 25 Diagrama del Proceso de Proveedores. ....	100
GRÁFICO N° 26 Diagrama del Proceso de Producto.....	102
GRÁFICO N° 27 Estado de Resultado Maxicity S.A.....	117
GRÁFICO N° 28 Flujo de Caja Maxicity S.A. ....	118

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Matriz de Consistencia de las Variables. ....	125
ANEXO N° 2 Matriz de Operalización de la Variable Independiente.....	126
ANEXO N° 3 Matriz de Operalización de la Variable Dependiente. ....	127
ANEXO N° 4 Instrumentos de recopilación de datos de Maxicity S.A....	128
ANEXO N° 5 Ruc de Maxicity S.A. ....	131
ANEXO N° 6 Nombramiento del Gerente General de Maxicity S.A. ....	132
ANEXO N° 7 Nombramiento de Presidencia de Maxicity S.A. ....	133
ANEXO N° 8 Validación del instrumento. ....	135
ANEXO N° 9 Acta de Compromiso. ....	137
ANEXO N° 10 Mesa de trabajo. ....	138
ANEXO N° 11 Fotos de Maxicity S.A. ....	139

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación es la creación de un plan estratégico para la empresa Maxicity S.A. que se encuentra ubicada en la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, de la provincia de Santa Elena, durante los años 2015-2019. Esta herramienta es útil para que los directivos de Maxicity S.A. puedan ejecutarla, ya que es muy beneficioso puesto que contiene a fortalecer la gestión administrativa de la misma.

Dentro del marco contextual se manifiestan la formulación del problema a investigarse, justificación del tema, objetivo general y específicos de la indagación, creación de la hipótesis y la operacionalización de las variables tanto independiente y dependiente, estos constituyen una herramienta de gran utilidad puesto que guían a realizar la propuesta de este trabajo de titulación.

El primer capítulo (marco teórico) se establecen los conceptos de diferentes autores que argumentan los temas de estrategias empresariales o también denominados planes estratégicos, su importancia, sus características principales, los beneficios que tienen las empresas al implementarlo, los modelos que existen y también se describen las definiciones de la gestión administrativa dentro de una empresa, sobre la estructura legal, la actividad empresarial, los recursos que se utilizan para el desarrollo y crecimiento de la compañía Maxicity S.A.

Se presenta en el segundo capítulo se describe sobre la metodología de investigación aquí se presenta el diseño, los métodos, las técnicas e instrumentos de investigación que se han utilizado, se indica la población objetivo y el cálculo de la muestra, cabe indicar que esta muestra fue considerada a criterio propio puesto que la población no fue tan considerable.

En el tercer capítulo se detallan los resultados e interpretación obtenidas mediante los diferentes tipos de instrumento de investigación como son las de entrevistas que se les realizó a los directivos de Maxicity S.A. y las encuestas a los clientes internos y externos de la misma compañía, estos datos obtenidos ayudaron mucho en cuanto a la viabilidad de la realización de un plan estratégico para la empresa antes mencionada.

El cuarto capítulo se refiere a la propuesta establecida en la investigación de estudio como es la creación de un plan estratégico para la empresa Maxicity S.A. aquí se describen los proyectos acorde a la necesidad que posee la empresa como es la implantación de un software contable, capacitaciones al personal administrativo y operativo, también otro proyecto es la implementación del cerramiento de las instalaciones del frigorífico, realización de publicidad para posesionarla a la compañía en el mercado local.

El direccionamiento estratégico encierra la creación de la misión, visión, filosofía empresarial, valores institucionales, metas.

El análisis situacional de la empresa es importante porque demuestra en qué punto se encuentra dentro del mercado competitivo y se pudo demostrar que posee un perfil agresivo, asimismo se formuló e implementó las estrategias luego se les hace un seguimiento y control para que estén cumplan con los objetivos propuestos.

Por último se encuentran los anexos que son la documentación de soporte entre ellos están la carta aval, fotos, instrumentos de investigación, entre otros. También está la respectiva bibliografía con sus respectivos autores de los distintos libros consultados.

## MARCO CONTEXTUAL

### **Tema.**

“INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTÓN SALINAS”. **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2015-2019.**

### **Problema de Investigación.**

### **Planteamiento del Problema.**

La compañía Maxicity es una sociedad anónima que está ubicada en la provincia de Santa Elena específicamente en el cantón Salinas, en la parroquia Santa Rosa, solar 06, alado de la empresa Hernapez S.A., fue constituida el 06 de mayo del año 2010 e inscrita en el registro mercantil del cantón Guayaquil el 11 de mayo del mismo año, dedicada a la comercialización de productos del mar, sus socios accionistas son los esposo Jorge Orrala Moreno (gerente general) y la Sra. Mirella Soriano Plúas (presidenta).

Maxicity S.A. a pesar de ser una empresa tan joven esta empresa se ha venido presentado un sin número de inconvenientes, unos de los principales problemas es la deficiente administración esto se debe a que los directivos son novatos en administrar correctamente una empresa, esto se da a causa de los escasos conocimientos en gestión administrativa para poderla llevar al crecimiento y ser competitivos.

La compañía de comercialización de marisco tiene una gran debilidad con respecto al recurso humano porque ellos no han sido capacitados constantemente, este factor crea un gran malestar en las actividades de la institución, es decir que el personal no puede desarrollarse bien y demostrar sus habilidades y destrezas al momento de ejecutar sus labores diarias.

En la actualidad la empresa tiene muchos competidores que ofrecen los mismos productos a menor precio y de la misma calidad, esto hace que Maxicity S.A. disminuya sus ventas y el crecimiento comercial dentro del mercado, la compañía como es nueva en el mercado pues no está bien posicionada en la industria comercial y esto hace que sea reconocida porque es una pequeña empresa que está compitiendo con grandes compañías que ya tienen establecido su mercado meta.

La empresa Maxicity S.A. también carece de un plan estratégico, esto hace que no posean un diseño organizacional bien estructurado que le permita tener definido los departamentos de cada área, las actividades y responsabilidades de cada sección de trabajo, el talento humano de la entidad y los directivos no tienen establecido su visión, no saben cuál es objetivo a alcanzar para beneficiar a la compañía, esto hace que los integrantes de la misma no trabajen en equipo para alcanzar un mismo fin.

### **Delimitación del Problema.**

El presente documento de titulación de un plan estratégico, que será realizado conjuntamente con los directivos de la empresa Maxicity S.A. del cantón Salinas, de la parroquia Santa Rosa, en el cual el gerente general (Geovanny) y la presidenta (Mirella) están dispuestos en brindar toda la información necesaria que se amerite al tema de tesis grado, durante el periodo establecido dentro de los parámetros de la investigación objetivo, los accionistas prestan información verídica para el trabajo de titulación que se está desarrollando..

Para una adecuada elaboración del plan estratégico se debe analizar correctamente la previsión, la carencia de coordinación, organización y desconocimientos de la gestión administrativa en la compañía. Asimismo si esta no realiza un estudio de su entorno como el análisis interno y externo esta no se desarrollará con éxito, esto ayuda a delimitar bien la investigación.

### **Formulación del Problema.**

¿Cómo influyen las estrategias empresariales en el fortalecimiento de la gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A. en la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas?

### **Sistematización del Problema.**

1. ¿Cómo influyen las estrategias empresariales en el desarrollo de la empresa Maxicity S.A. en la parroquia Santa Rosa?
2. ¿De qué modo las estrategias empresariales puede ser una alternativa a los problemas en la toma de decisiones para la administración de la empresa Maxicity S.A. en la parroquia Santa Rosa?
3. ¿Qué efecto crea el estudio de las estrategias empresariales en la gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A. en la parroquia Santa Rosa?
4. ¿Cómo afecta la carencia de valores empresariales en Maxicity S.A. del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena?
5. ¿Es necesario un plan estratégico para la empresa Maxicity S.A.?

## **Evaluación del Problema.**

- ✚ **Delimitado:** Se describe el problema, el tiempo y espacio, el plan estratégico que se realiza para Maxicity S.A. es de 5 años.
  
- ✚ **Claro:** Se conoce el problema que enfrenta la empresa Maxicity S.A., las causas y efectos que se originaran al realizar un Plan Estratégico.
  
- ✚ **Evidente:** Por los problemas y debilidades actuales que tiene la empresa Maxicity S.A.
  
- ✚ **Relevantes:** Es relevante porque es aprobado el plan estratégico por los directivos de la empresa Maxicity S.A. que mejorará su gestión administrativa para un mejor desenvolvimiento en el mercado.
  
- ✚ **Original:** La empresa Maxicity S.A. no cuenta con un plan estratégico, es de gran utilidad implementar esta estrategia para el crecimiento y desarrollo de la empresa.
  
- ✚ **Factible:** Se plantean soluciones a los problemas de la empresa Maxicity S.A. mediante la elaboración de la estrategia empresarial.

## **Justificación del Tema.**

### **Justificación Teórica.**

La presente investigación se desarrolla tomando como guía teorías existentes, es decir a través de la consulta de libros y documentos referentes al tema, por lo

tanto es una base para lograr la elaboración de una propuesta que contribuya al trabajo de un grupo de personas involucradas en el objeto de estudio, quienes darán a conocer sus expectativas respecto al caso con el fin de apoyar al resultado de la investigación.

Según el Autor (GARCÍA FERRER, 2012) manifiesta que: “El plan estratégico es un documento en el que los máximos responsables de una empresa o institución establecen la estrategia a seguir en un periodo plurianual a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz de la organización.”. Pág. #212.

Considerando el concepto del autor García G., el actual trabajo de investigación tiene como fin desarrollar un plan estratégico que se realiza por etapas como es el análisis de la situación actual de la empresa, formulación de estrategias e implementación de las estrategias, control y seguimiento de cada proyecto planteado, cronograma de las actividades establecida para mejorar la situación de la entidad.

Dentro del plan estratégico se utilizan recursos indispensables para el correcto funcionamiento de la empresa, el propósito de crear esta planeación es de hacer cumplir los objetivos planteados por la empresa, es decir que cada actividad que se desarrolle en la entidad tendrá como fin alcanzar las metas fijadas por la misma.

### **Justificación Metodológica.**

Para el logro de los objetivos de estudio se utiliza generalmente las técnicas de investigación como la entrevista y encuestas, entre las más esenciales sin dejar de descartar aquellos métodos que permiten afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información como un análisis foda, herramienta fundamental que permitirá conocer la realidad del objeto de estudio.

Se tomaron en consideración varios autores esto es ventajoso para determinar quiénes serán los protagonistas a ser encuestados quienes proporcionan información valiosa para cumplir con el objetivo de la investigación y así mismo se les realiza la entrevista a los directivos de la compañía, esto es para analizar la situación de la empresa para cumplir con la investigación de estudio.

### **Justificación Práctica.**

La implementación de nuevos cambios impacta fuertemente a las organizaciones, debido a que en ocasiones, no se encuentran preparadas para los problemas que se presentan diarios. Por lo tanto, es importante desarrollar previamente estrategias que sirvan de apoyo a una organización, de tal forma que se aproveche al máximo las oportunidades, promoviendo la eficiencia al crear un esquema o modelo de trabajo ordenado y sistemático.

Las estrategias empresariales son herramientas que han venido evolucionando en las empresas grandes y pequeñas. Maxicity S.A. debe implementar el plan estratégico ya que muchas empresas están creciendo y desarrollándose exitosamente esto se debe a la utilización de esta herramienta como estrategia de mejoramiento y superación.

### **Objetivos.**

#### **Objetivo General.**

Determinar la influencia de las estrategias empresariales como herramienta de gestión administrativa a través de un análisis situacional con enfoque participativo, técnico investigativo para elaborar un plan estratégico de Maxicity S.A. en la parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

### **Objetivos Específicos.**

1. Justificar teóricamente las estrategias empresariales considerando las diferentes teorías que permitan el desarrollo del objetivo de estudio.
2. Recopilar información a través de las herramientas de investigación que permita, el diagnóstico de la empresa Maxicity S.A.
3. Determinar el grado de carencia del direccionamiento estratégico, mediante entrevista formal a los accionistas de la empresa Maxicity S.A.
4. Realizar un análisis del entorno para identificar las debilidades y fortalezas de Maxicity S.A.
5. Diseñar un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A., mediante la declaración del direccionamiento estratégico, para el cumplimiento de los objetivos.

### **Hipótesis.**

La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A en la parroquia Santa Rosa, cantón Salinas provincia de Santa Elena.

### **Operacionalización de las Variables.**

-  Estrategias Empresariales.
-  Gestión Administrativa de la empresa Maxicity S.A.

**TABLA N° 1 Estrategia Empresarial.**

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A en la Parroquia Santa Rosa, cantón Salinas Provincia de Santa Elena.	<b>Estrategias Empresariales.</b>	Las estrategias empresariales también llamadas plan estratégico que deberán establecerse un direccionamiento estratégico, una vez realizado el análisis situacional el mismo que permitirá establecer la estrategias empresariales mediante un plan de acción con la ayuda y responsabilidad de los involucrados ejecutando un control y seguimiento a los procesos, para el mejoramiento de la empresa.	Direccionamiento Estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Filosofía.</li> <li>❖ Visión.</li> <li>❖ Misión.</li> <li>❖ Objetivos.</li> <li>❖ Valores.</li> <li>❖ Estructura Empresarial.</li> <li>❖ Cultura Empresarial.</li> </ul>	¿La Empresa tiene definida la Filosofía empresarial, como son: MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS?	Entrevistas
			Análisis Situacional Empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ MEFI.</li> <li>❖ MEFE.</li> <li>❖ FODA (Matriz Estratégica).</li> </ul>	¿Cómo están divididas las funciones en Maxicity S.A.?	
			Estrategias Empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cadena de Valor.</li> <li>❖ Matriz de posición PEYEA.</li> <li>❖ Análisis de las 5 fuerzas de Porter.</li> <li>❖ Matriz BCG. (Crecimiento y Participación)</li> </ul>	¿La directiva se preocupa en realizar un análisis situacional que le permita conocer los problemas, internos y externos, para el mejor desempeño administrativo?	Entrevistas
			Formulación e Implementación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Políticas.</li> <li>❖ Procedimientos.</li> <li>❖ Programas y Proyectos.</li> <li>❖ Cronograma.</li> </ul>	¿Qué estrategias se deben implantar para el mejoramiento Empresarial de Maxicity S.A.?	
			Control Y Seguimiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>🚦 BSC (Cuadro de Mando Integral)</li> <li>🚦 Plan Operativo Anual (POA).</li> <li>🚦 Presupuesto.</li> </ul>	¿Considera necesaria la implementación de un modelo de plan estratégico para Maxicity S.A.?	Entrevistas
				¿Existe algún tipo de procedimiento de control en Maxicity S.A.?	Entrevistas	

Fuente: Datos de Investigación.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 2 Gestión Administrativa.**

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A en la Parroquia Santa Rosa, cantón Salinas Provincia de Santa Elena	Gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A en la Parroquia Santa Rosa.	Es una empresa dedicada a la venta al por mayor y menor de productos de la pesca y servicio de frigorífico que busca el crecimiento y desarrollo, para expandirse a nuevos mercados locales e internacionales.	Empresa.	Estructura Legal.  Actividad Empresarial.	¿Usted conoce la existencia de la empresa Maxicity S.A., en su localidad?	Encuestas
			Crecimiento y Desarrollo.	Recurso Humano. Recurso Material. Recurso Tecnología. Recurso Financiero. Infraestructura.	¿Qué necesidades tiene la Empresa Maxicity S.A.?	Encuestas

**Fuente:** Datos de la Investigación.

**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO.**

Las estrategias fue creada por el escritor y pensador Sun Tzu alrededor del año 500 A.C. quien realizó uno de los libro más antiguo como es el tratado militar chino conocido como “El Arte de la Guerra” en el cual documento ya se hablaba de las estrategias que se tenían que implementar para ganar la batalla y la guerra de ese entonces.

La planeación estratégica formal o también llamada estrategias empresariales con sus características modernas fue introducida por primera vez en ciertas empresas comerciales a mediados de 1950. En aquel tiempo, las empresas más importantes fueron las pioneras en implementar esta herramienta en las que desarrollaron sistemas de planeación estratégica formal a largo plazo.

Las estrategias empresariales han sido perfeccionadas al punto que en la actualidad todas las compañías importantes del mundo y empresas pequeñas y familiares están siguiendo este ejemplo como alternativa de crecimiento y desarrollo empresarial, estas instituciones utilizan el plan estratégico como una herramienta importante para tomar decisiones acertadas.

La planificación estratégica es el proceso que radica en decidir sobre los objetivos principales de una empresa, sobre las estrategias y los recursos que serán utilizados en los procedimientos de las áreas de la compañía, y políticas generales que orientarán la adquisición y administración de los recursos.

## **1.2. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES O PLAN ESTRATÉGICO.**

El término estrategia proviene de la palabra griega Strategos, jefes del ejército, tradicionalmente utilizada en el terreno de las operaciones guerreras, reciente este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en acciones de negocios.

Las estrategias son utilizadas en todo el ámbito ya sea para ejecutar o realizar planes dentro de una empresa o en lo personal, pero este tiene su fin que es el de alcanzar los objetivos planteados por cada individuo o institución para cumplir el plan se deben cumplir con programas y proyectos para que esta tenga éxitos.

La planeación es la etapa que forma parte del proceso administrativos mediante la cual se establecen directrices, se definen estrategias y se seleccionan alternativas y recursos de acción, en función de objetivos y metas generales económicas, políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales y potenciales que permitan establecer un marco de referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo (comprende en corto, mediano y largo plazo) y espacio.

### **1.2.1. Definición de estrategias empresariales.**

Es una herramienta que permite a las empresas a prepararse para enfrentar las situaciones difíciles que se presentan en el futuro, ayudándolas a que esta no quiebren o disminuya su participación en el mercado, las estrategias empresariales orienta sus esfuerzos hacia los objetivos planteados para alcanzarlos con éxito, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso administrativo para identificar las oportunidades y amenazas con un enfoque en el futuro de la empresa. Además se dice que es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estratégicas de la entidad con la finalidad de implementarlas.

Las estrategias empresariales esta entrelazada de modo inseparable con el proceso completo de la dirección; por tanto, todo directivo debe comprender sus naturaleza y realización. Además, a excepción de algunas empresas, cualquier compañía que no cuenta con algún tipo de formalidad en su sistema de planeación estratégica, se expone a una pérdida inevitable. La planeación estratégica constituye organización a largo plazo para obtener mejores resultados dentro de una empresa, la duración de esta herramienta es de un lapso de 3 a 5 años.

### **1.2.2. Importancia de la estrategia empresarial.**

Según el autor (ZABALA SALAZAR, 2009) expresa que: Al planear se prevén los problemas y se toman correctivas antes de que estos se hagan críticos. La planeación precisa los resultados que quieren alcanzarse, se superan los simples deseos y se establecen planes concretos de acción. Con la aplicación dotamos a la organización de instrumentos y mecanismos claros y precisos que orientan su desarrollo y contribuyan alcanzar mayores niveles de coordinación. (Pág. #25-#26).

Es importante tener una estrategia empresarial porque ayuda a identificar la mejor forma de cómo hacer las cosas, cuando, con qué recursos, con quienes, en que lapso de tiempo, con qué resultados para beneficio de la empresa. El plan estratégico implica priorizar las actividades para que cuyos resultados sean más factibles de conseguir y que tengan un mayor impacto sobre el problema a resolver, es decir que esta herramienta ayuda a tomar decisiones idóneas para resolver problemas ya sean pequeños o grandes.

Es preciso tener en consideración que las empresas son dinámicas y que están en permanente cambio, que puede ser originado por una multiplicidad de factores, tales como por ejemplo, las nuevas necesidades de las empresas, las relaciones con otras entidades (clientes y proveedores), incorporación de nuevos enfoques, establecimiento de nuevas alianzas, acceso a tecnologías más modernas, entre otras situaciones para una lucha constate en el medio competitivo.

### 1.2.3. Características de la estrategia empresariales.

(CHIAVENATO, 2011) Expresa que: “la función administrativa que determina anticipadamente cuales son los objetivos que deben alcanzarse y hacerse para alcanzarlos, se trata de un modelo teórico para la acción futura”.

Las características principales del plan estratégico son las siguientes:

- ✚ **Precisa y Factible:** porque es clara y es idónea para cumplirla.
- ✚ **Coherente:** porque todo los pasos están vinculados para alcanzar el objetivo planteado en la planificación estratégica.
- ✚ **Evaluada:** se realiza seguimiento para ajustar todos los procesos encaminada en un solo objetivo.
- ✚ **Flexible:** se puede ajustar constantemente según los problemas que se presente al momento de elabora el plan estratégico y poderlos controlar paso a paso.
- ✚ **Genera Participación y Motivación:** porque es muy dinámico a todo cambio que se presente.
- ✚ **Permanente:** esto se debe a que nunca se va a cambiar el objetivo durante el plan estratégico porque se quiere llegar a cumplir la meta establecida en un periodo determinado porque así se ha planificado.

### 1.2.4. Principios básicos de la estrategia empresarial.

Las estrategias empresariales poseen 4 principios básicos que son los siguientes:

- ✚ **Contribución a los Objetivos:** hace énfasis a que todos los involucrados en el plan estratégico deben saber cuál es el objetivo alcanzar, el plan estratégico debe estar plasmado en un documento para facilitar y a dar a conocer.

- ✚ **Prevalecida de la Planeación Estratégica:** este principio establece que todos los directivos de la empresa se encuentre identificado con el plan estratégico, que a cualquier novedad que se les presente, deben dar prioridad a la planificación para alcanzar los objetivos, como se establecen en el documento.
  
- ✚ **Extensión de la Planificación Estratégica:** comprende en cumplir con la planificación estratégica que tiene un tiempo pronosticado para alcanzar los objetivos, el tiempo puede ser de 1 año (corto plazo), de 3 años (mediano plazo) y de 5 años como máximo que se determina como largo plazo, durante este periodo, siguiendo los pasos de las estrategias empresariales y tomando una correcta decisión de los directivos se van alcanzando los objetivos y metas propuesta por la empresa para el mejoramiento de la misma.
  
- ✚ **Eficiencia de los Planes Estratégicos:** este principio alcanza a que el plan estratégico se ejecute pasos a paso, como se establece en el cronograma para alcanzar los objetivos de la empresa, realizando seguimientos y evaluando las estrategias establecidas, para el logro de la meta.

#### **1.2.5. Para que sirve las estrategias empresariales.**

Se utilizan las estrategias empresariales para analizar detalladamente diferentes factores tanto como internos o externos que pueden afectar o fortalecer a la entidad, esto es esencial para la toma de decisiones para el bienestar de la misma.

El plan estratégico beneficia a la empresa porque permite crear y fomentar nuevas estrategias a largo plazo para alcanzar los objetivos planteados, mediante el proceso de la planificación, creando una misión y visión clara para hacer fácil el camino donde se quiere llegar en determinado período ya sea corto, mediano o largo tiempo.

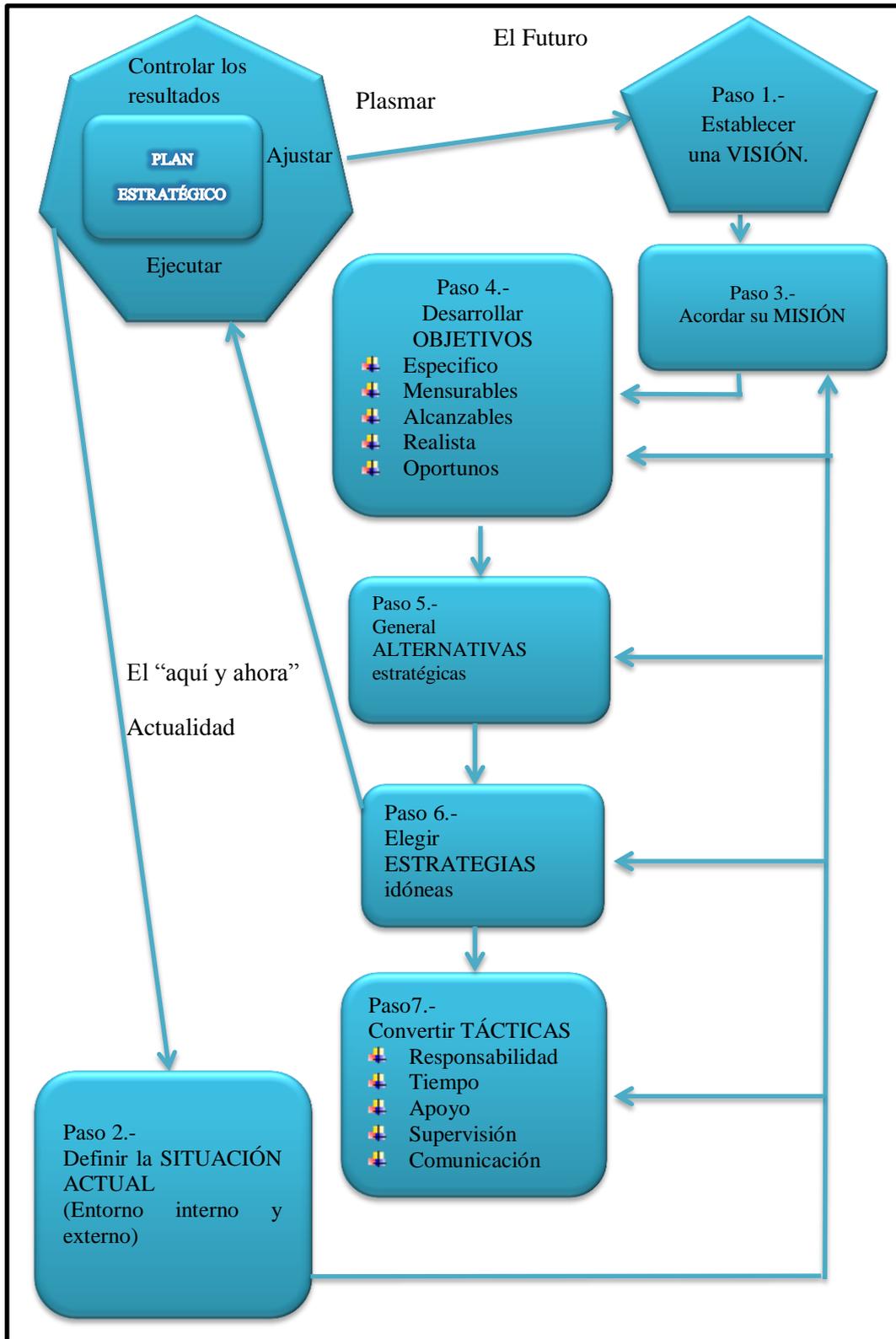
Sirve para optimizar el nivel de la empresa ya sea en la Gestión Administrativa, de Recurso Humano, Mercadeo, Sistema Tecnológico, Financiero, entre otros parámetros que rodean a la empresa, tomando decisiones correctas e idóneas que contribuyen al desarrollo de la de la misma.

### 1.2.6. Modelos de estrategias empresariales.

Según el modelo de TOM LAMBERT establece ocho pasos para el proceso de la planificación estratégica que son:

- ✚ **Establecer la Visión:** la planificación empieza con el desarrollo del futuro que se desea llegar.
- ✚ **Definir la Situación Actual:** este punto indica que se debe detallar y describir los aspectos que benefician y afectan en el entorno de la empresa tanto como internos y externos.
- ✚ **Acordar su Misión:** especificar la actividad a la que se dedica la empresa, es decir definir la razón de ser de la entidad.
- ✚ **Desarrollar los Objetivos:** los objetivos deben ser factibles, claros y concisos para poder alcanzarlos en la planeación.
- ✚ **Generar Alternativas Estratégicas:** este punto indica que se debe dar varias opciones para una correcta decisión en la toma de decisiones para el mejoramiento de la empresa.
- ✚ **Seleccionar Estrategias:** en este paso se toma encuentra las mejores estrategias que llevan al logro de los objetivos planteados para cumplir con la visión que establece la empresa.
- ✚ **Convenir Tácticas:** realizar verificaciones, ajustando las estrategias a los problemas que se enfrenta.
- ✚ **Elaborar el Plan Estratégico:** se implementan las estrategias, es decir se ejecuta el plan estratégico y se evalúan las estrategias para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

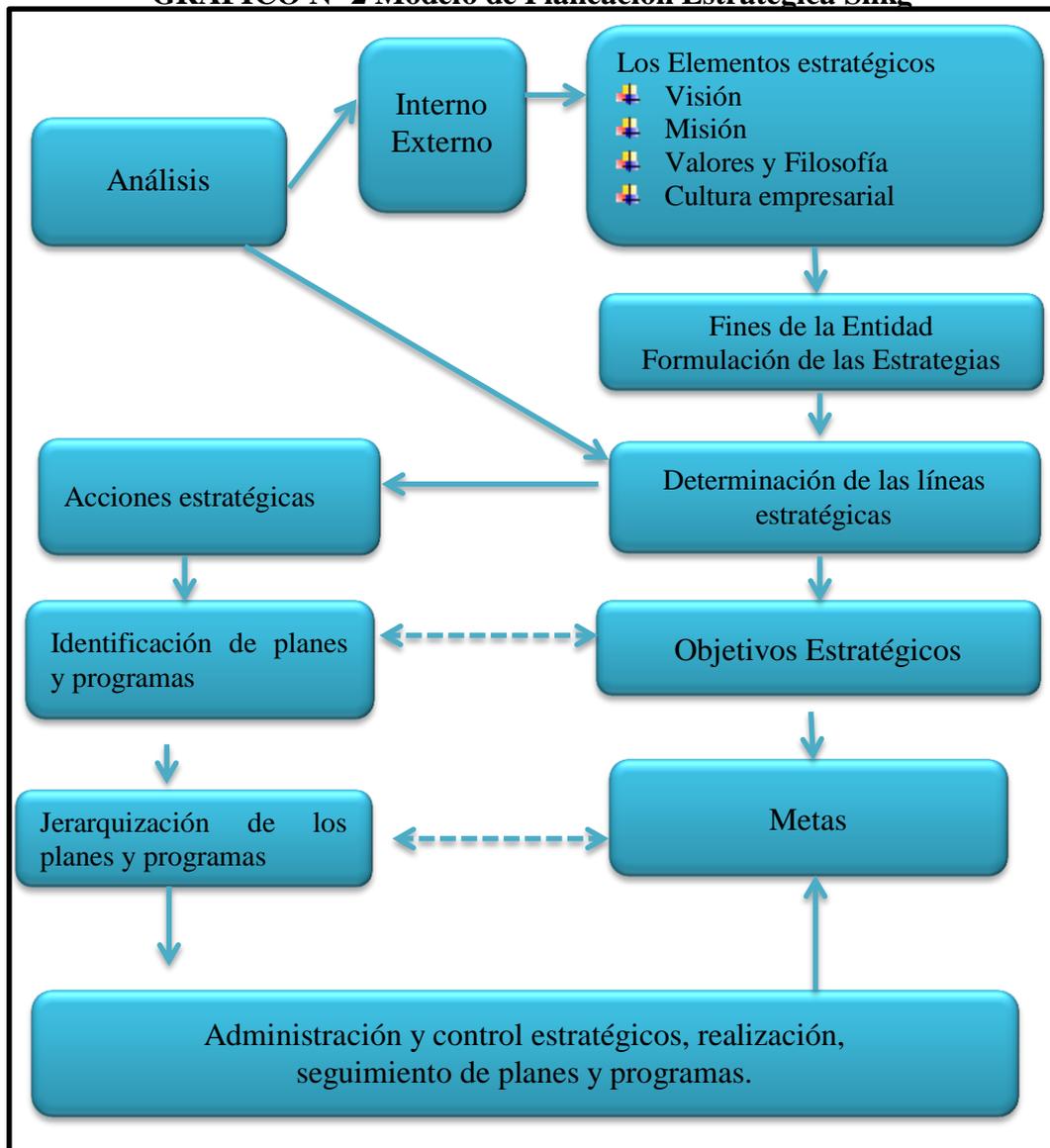
**GRÁFICO N° 1 Modelo de Tom Lambert**



**Fuente:** Tom Lambert.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

El siguiente modelo de plan estratégico de González establece que el punto de partida es con el diagnóstico de la empresa tanto como interno y externo. Y después se despliega con la creación de la Misión, Visión, Valores, Filosofía y Cultura de la empresa. Se establecen alternativas de estrategias para alcanzar los objetivos planteados para la mejora empresarial y luego se realiza una retroalimentación verificando que las estrategias hayan tenido resultados favorables con respecto al cumplimiento y al logro de los objetivos planificados.

**GRÁFICO N° 2 Modelo de Planeación Estratégica Shkg**



**Fuente:** Kauffman González.

**Elaborado por:** Ángela Baque Baque.

## **1.2.7. Elementos de las estrategias empresariales.**

### **1.2.7.1. Direccionamiento estratégico.**

El direccionamiento estratégico es un instrumento que mediante él se establece el principal paso de la planeación estratégica como es la misión, visión, valores empresariales, objetivos a alcanzar en un periodo establecido, metas, también se habla de la cultura empresarial de la empresa, es decir la imagen de la entidad hacia sus clientes externos e internos.

Se puede considerar que es el conjunto de acciones que orienta a la empresa a establecer su futuro, es decir que los directivos con sus subordinados trabajan en conjunto y encaminados a un mismo fin para el logro de la meta planteada y cumplimiento de los objetivos ya sea a corto, mediano o largo plazo.

### **Filosofía.**

La filosofía empresarial establece las reglas de conducta por las que debe regirse la organización, además tiene como objetivo cumplir una serie de reglas y normas con el fin de obtener una eficaz rentabilidad, también se dice que es la forma de desenvolverse tanto interno como externo en la empresa, es la manera como se desarrollan los involucrados en la entidad empresarial, mediante el cumplimiento de los valores y principios.

La filosofía de una organización incluye una serie de supuestos acerca de su funcionamiento y la manera como se toman las decisiones. Es un proceso mediante el cual la alta dirección vuelca sus sistemas de valores y creencias en ésta, la forma como la van a conducir y la manera de actuar de la organización frente a la sociedad, gobierno y público en general.

## **Visión.**

Según los autores (MARTINEZ & MILLA GUTIERREZ, 2012) manifiestan que visión es: El punto de comienzo para articular la jerarquía de metas de una empresa es la visión de una compañía, que podíamos definir como la declaración que se determina dónde queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa. (Pág. #21).

Es el estudio del futuro de la empresa es decir a dónde quiere llegar en determinado tiempo señalando, el rumbo y facilitando la dirección mediante objetivos que se establecen para el crecimiento y desarrollo empresarial, ya que estamos en un mundo muy competitivo, donde cada empresa quiere sobresalir de la competencia.

## **Misión.**

Es la afirmación que describe la naturaleza de la empresa, la razón para que exista la entidad, la gente a la que le sirve y los principios y valores bajo los que pretende funcionar.

En la misión encontramos el fundamento que permite explicar a los demás el sentido de la empresa en la sociedad, es decir dar a conocer la actividad que se dedica la empresa a satisfacer necesidades de un grupo de clientes.

Una empresa sin misión sería como un grupo de amigos que se reúnen porque no tienen nada más que hacer, que no puedan dar cuenta del por qué se han reunido, es decir que no tienen ningún ideal a que seguir, y las empresas tienen que tener en claro por qué de su creación. La misión es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe.

## **Objetivos.**

Las personas o empresas tienen objetivo que es el desear o querer, ya sea obtener algo o mejorar lo que ya tiene. Los objetivos son eficaces porque son específicos alcanzables, mensurables, orientados a resultados y limitados en el tiempo, estos representan las condiciones futuras, es decir muestra donde quiere llegar la empresa, estos deben ser cuantificados, reales, factibles y consistente. La empresa establece los objetivos para cumplirlos en un determinado tiempo y estos a su vez deben ser medidos para alcanzar su logro.

## **Valores.**

Los valores empresariales son ejes de conducta y comportamiento que se enmarcan en los ideales y principios colectivos para lograr el propósito de la misma, además reflejan la imagen y la actitud de la empresa ante los demás, dando a conocer sus atributos y deseos de superación promoviendo la cooperación para el logro de los objetivos planteados por la empresa, además los valores son creencias fundamentales acerca del negocio y de la gente que guía la estrategia empresarial.

## **Estructura empresarial.**

La Estructura Empresarial involucra la asignación de responsabilidades de tareas y autoridad para la toma de decisiones dentro de una empresa. Los aspectos contemplados incluyen como dividir mejor a una empresa en subunidades, como distribuir la autoridad entre los diferentes niveles jerárquicos de una entidad y cómo lograr la integración entre subunidades. La estructura organizacional ayuda a determinar las necesidades futuras del personal y los programas de capacitación requeridos.

Las opciones analizadas cuestionan si una empresa debe funcionar con una estructura alta o plana, el grado de centralización debe funcionar o descentralización de la autoridad en la toma de decisiones, el punto máximo para dividir la organización en subunidades semiautónomas (es decir, divisiones o departamentos) y los diferentes mecanismo disponibles para integrar esas subunidades.

### **Cultura empresarial.**

La cultura empresarial es la manera de representar sus costumbres y actitudes, es decir es la manera de hacer las cosas o actividades dentro de la empresa, esto comprende los aspectos como los valores, ritos, y rituales que son aceptados y compartidos con los involucrados de la compañía como resultado del liderazgo que promueven los directivos de la institución.

La cultura forma parte del éxito de la empresa porque esta influye de manera decisiva en el comportamiento de los empleados, existiendo de hecho la posibilidad de que la única actividad realmente importante que los líderes deben hacer es crear y administrar la cultura ya que la empresa, están compuestas por grupos de personas.

#### **1.2.7.2. Análisis situacional empresarial.**

Es una herramienta esencial para examinar, diagnosticar el ambiente externo y el interno de la empresa, es decir conocer sus puntos fuertes y débiles de la compañía, con el fin de contribuir a la matriz foda estratégico, que permite plantear objetivos y metas estratégicas de la empresa. En esta fase se analiza el contexto histórico de la organización y su entorno como: proveedores, clientes, competencia, todo sobre a la empresa.

## **Matriz de evaluación de factor interno (mefi)**

La matriz MEFI es un instrumento muy importante que diagnostica y evalúa el factor interno de la empresa en las cuales se estudian las fortalezas y debilidades estos factores son componentes que se pueden controlar por la misma. El fin de la mefi es el de reducir los niveles de incertidumbre, aprovechando de manera eficiente las oportunidades que se presenten.

Los procedimientos para realizar la MEFI se detallan a continuación:

- ✚ Realizar un detalle de los factores internos fuerzas y debilidades, dándole un porcentaje a cada elemento para comparar.
- ✚ Se asigna un peso en cifras desde 0,0 a 1,00 según su importancia.
- ✚ Luego se establece una calificación entre 1 a 4 a cada uno de los factores.
- ✚ Luego para obtener resultados del último casillero se multiplica cada factor (peso) por su calificación y así encontramos el valor ponderado.
- ✚ Por último se suman las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la toda la empresa.
- ✚ El total ponderado puede ir por de un mínimo de 1,00 a un máximo de 4,00. siendo la calificación promedio de 2,50.
- ✚ Los totales ponderados muy por debajo de 2,50 esto reflejan que la empresa es débil en el factor interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2,50 indican una posición interna muy fuerte que beneficia a la empresa.

La matriz de evaluación de factor interno (MEFI) debe incluir entre diez y veinte elementos claves, pero la cantidad de factores no influyen en total del valor ponderado porque el peso siempre suma 1,00.

A continuación se muestra un ejemplo de la matriz mefi.

**TABLA N° 3 Aplicación de la Matriz de Evaluación del Factor Interno.**

Factores críticos para el éxito.	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>FORTALEZAS.</b>			
✚ Entiende que es la planeación estratégica.	0,05	3	0,15
✚ Los objetivos son debidamente comunicados.	0,05	3	0,15
✚ Tiene una buena estructura organizacional.	0,05	4	0,20
✚ La segmentación del mercado es buena.	0,10	4	0,40
✚ Son confiables los canales de distribución.	0,02	3	0,06
✚ Es buena la calidad del producto y servicio.	0,13	4	0,52
✚ Tiene liquidez para solventar sus deudas.	0,20	4	0,80
<b>DEBILIDADES.</b>			
✚ Los gerentes no planifican con eficacia	0,03	2	0,06
✚ No se delega correctamente el trabajo.	0,02	1	0,02
✚ No es alto el ánimo de los empleados.	0,05	1	0,05
✚ Es alta la rotación del personal y el ausentismo.	0,10	1	0,10
✚ No son buenos los incentivos.	0,02	2	0,04
✚ No se tiene una eficaz estrategia de publicidad	0,05	1	0,05
✚ No es buena la presupuestación de marketing.	0,05	2	0,10
✚ No son eficientes las políticas de control.	0,03	1	0,03
✚ No es eficaz la comunicación entre las áreas.	0,02	2	0,04
✚ No se actualizan los sistemas de información.	0,02	2	0,03
✚ No existen talleres de capacitación.	0,02	2	0,03
	<b>1,00</b>		<b>2,83</b>

Fuente: Matriz MEFI.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

### Matriz de evaluación del factor externo (mefe).

La matriz de evaluación de factores externos diagnostica el entorno que se encuentra la empresa que son factores incontrolables por la misma, aquí se estudia y evalúan las oportunidades y amenazas que pueden llegar a beneficiar o perjudicar a la empresa si no se realizan estrategias idóneas.

Para realizar el MEFE se deben seguir los siguientes procesos que se detallan a continuación:

- ✚ Se deben detallar las Oportunidades y Amenazas, utilizando entre diez a veinte factores externos.
- ✚ Se establecen valores en cifras de 0,00 que significa no importantes a 1,00 que es muy importante para la empresa, y así mismo la suma de todos los elementos deben dar como resultado 1,00 que es el peso total.
- ✚ Distribuir una calificación entre 1 a 4 cada elemento en efecto de indicar y representar donde 4 es una respuesta superior, 3 respuesta superior a la media, 2 una respuesta media y 1 es respuesta mala.
- ✚ Luego para acceder al valor ponderado multiplicamos el peso de cada factor por el valor asignado a cada una de las variables.
- ✚ Se suma las calificaciones ponderadas para determinar el grado en que se encuentra la empresa.

**TABLA N° 4 Aplicación de la Matriz de Evaluación del Factor Externo.**

Factores críticos para el éxito.	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>OPORTUNIDADES.</b>			
✚ Crecimiento constante de la industria del plástico.	0,20	4	0,80
✚ Buenas relaciones con nuestros clientes.	0,10	4	0,40
✚ Participar en la producción de nuevos productos.	0,05	3	0,15
✚ Innovación en nuestros productos.	0,10	4	0,40
✚ Aumentar volumen en la fabricación de película para toallas femeninas	0,05	2	0,10
<b>AMENAZAS.</b>			
✚ Recesión	0,15	4	0,60
✚ Aumento de compañías extranjeras.	0,05	3	0,15
✚ Pérdida de clientes.	0,05	2	0,10
✚ Desarrollo de tecnologías.	0,15	2	0,30
✚ Baja de nivel de servicio.	0,05	1	0,05
✚ Competidores con precios económicos.	0,03	1	0,03
✚ Aumento de productos sustitutos.	0,02	1	0,02
	<b>1,00</b>		<b>3,10</b>

Fuente: Matriz mefe.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

Si la calificación total es 4,00 significa que la empresa está respondiendo de manera muy exitosa antes a las oportunidades y amenazas, pero si esta fuera su calificación de 1,00 indica que las estrategias de la empresa no están capitalizando las oportunidades ni evitando las amenazas externa que rodean a la empresa. A continuación se indica un ejemplo:

### **Foda (matriz estratégica).**

La matriz FODA es un instrumento de gran beneficio que ayuda tomar decisiones de toda índole ya sea en situaciones tanto como internas y externas, donde se analizan las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que afectan a la empresa.

El análisis FODA, es una representación estructurada para elaborar un diagnóstico concreto de la situación que atraviesa la empresa tanto interna como externa. Esta estrategia ayuda mucho a crear los objetivos estratégicos porque estarán sustentados en las fortalezas de la empresa y en la superación de sus debilidades, con el fin de aprovechar las oportunidades externas y evitar las amenazas.

Las fortalezas y debilidades internas, sumadas a las oportunidades y amenazas externas, así como una propuesta clara de la misión y visión que son la base para formular los objetivos y estrategias de la empresa.

✚ **La Fortaleza** son las capacidades humanas y materiales con la que cuenta la empresa para adaptarse y aprovechar al máximo las ventajas que ofrece el entorno social y enfrentar con mayores posibilidades de éxito las amenazas.

✚ **Las Oportunidades** son situaciones o factores socioeconómicos, políticos o culturales que están fuera de nuestro control, cuya particularidad es que son

factibles de ser aprovechados si se cumplen determinadas condiciones en el ámbito de la empresa.

✚ **Las Debilidades** son las limitaciones o carencias de habilidades, conocimientos, información, tecnología y recursos financieros que padece la empresa, y que impiden el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el entorno social y que no le permiten defenderse de las amenazas.

✚ **Las Amenazas** son aquellos factores externos que están fuera de nuestro control y que podrían perjudicar o limitar el desarrollo de la empresa. Las amenazas son hechos ocurridos en el entorno que representan riesgos para la empresa.

**TABLA N° 5 Matriz Estratégica Foda.**

<b>MATRIZ FODA: DIAGNOSTICO</b>		
	<b>FORTALEZAS-F.</b>	<b>DEBILIDADES-D.</b>
<i>Dejar siempre en blanco</i>	<i>Anotar las fuerzas.</i>	<i>Anotar las debilidades.</i>
<b>OPORTUNIDADES-O.</b>	<b>ESTRATEGIAS-F.O.</b>	<b>ESTRATEGIAS-D.O.</b>
<i>Anotar las oportunidades.</i>	<i>Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades.</i>	<i>Superar las debilidades aprovechar las oportunidades.</i>
<b>AMENAZAS-A.</b>	<b>ESTRATEGIAS-F.A.</b>	<b>ESTRATEGIAS-D.A.</b>
<i>Anotar las amenazas.</i>	<i>Usar las fuerzas para evitar las amenazas.</i>	<i>Reducir las debilidades y evitar las amenazas.</i>

**Fuente:** Matriz Estratégica FODA.

**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

### 1.2.7.3. Estrategias empresariales.

Las estrategias empresariales es un conjunto de acciones potenciales para lograr la adaptación al medio que se encuentra la empresa, aprovechando las oportunidades que se le presenta y consiguiendo alcanzar los objetivos a largo plazo propuesto por la misma. Los grandes directivos utilizan las estrategias empresariales con el único propósito que las empresas sean muy eficientes como sea posible, y tener una ventaja competitiva con sus competidores.

Las estrategias pueden alterar fortalezas relativas de la compañía para distanciar a sus competidores de la manera más eficientemente. Dentro de las estrategias existen varios tipos que ayudan al mejoramiento de la empresa porque las son medio que conllevan a alcanzar los objetivos planteados por la misma.

- ✚ **Estrategia de Diversificación:** administra las actividades de los negocios diversos, en los tipo de diversificación encontramos la concéntrica que se refiere en agregar productos o servicios nuevos pero relacionados con la actividad a la que se dedica la empresa, también tenemos la estrategia por conglomerado que es añadir productos o servicios no relacionados, y por ultimo tenemos la horizontal que es añadir productos o servicios no relacionados para clientes presentes.
  
- ✚ **Estrategias Intensivas:** este tipo de estrategia requiere esfuerzo penetrante para mejorar la posición competitiva de la empresa con los productos existentes.
  
- ✚ **Estrategia Defensivas:** este tipo de estrategias son aplicadas para empresas con riesgo compartido, en participación, encogimiento, quiebra, desinversión, liquidación y combinación.

✚ **Estrategias de Integración:** este tipo de estrategia menciona la integración hacia delante que se utiliza para adquirir la posesión o un mayor control de los distribuidores, también indica la integración hacia atrás que es adquirir el mayor control de los proveedores de la empresa, y por último tenemos la integración horizontal que es en adquirir el poderío de los competidores.

### **Cadena de valor.**

La mejor manera de describir las actividades de una empresa es mediante la cadena de valor, en que el total de ingresos menos el total de costo de todas las actividades realizadas para desarrollar y comenzar un producto o servicio esto producen valor.

Las empresas se deben esforzar por entender no solo las operaciones de su propia cadena de valor, sino también las cadenas de valor de sus competidores, proveedores y distribuidores es decir que se puede utilizar interna y externa. La cadena de valor es un método que demuestra en grado de valor que tiene la empresa tanto como interno y externo ante la competencia y se clasifican las actividades de la empresa como actividades primarias y actividades secundarias.

**Actividades Primarias:** se refiere a las acciones que indican el movimiento físico de materias primas y de los productos terminados, en la producción de bienes o servicios y en el proceso de marketing o mercadotecnia, y venta.

✚ **Logística de entrada:** es la recepción, el almacenamiento, manejo de materiales, bodegaje, control de inventarios, devolución a proveedores, entre otras actividades que desarrolla la empresa.

✚ **Operación:** es la transformación de insumos en productos finales incluyendo empaque, mantenimiento de operaciones de instalación, entre otras acciones.

- ✚ **Logística de Salida:** se refiere a la forma de distribuir el producto terminado.
- ✚ **Marketing y Ventas:** es la manera de inducir el producto al mercado para que sea adquirido por los compradores o consumidores.
- ✚ **Servicios** son aquellas actividades orientadas a incrementar el valor del producto después de la venta, es decir es el valor agregado que se da al producto para satisfacer necesidades del mercado.

**Actividades De Apoyo:** Son acciones que ayuda a que el producto tenga un mayor valor como se detallan en el grafico nº 5.

- ✚ **Infraestructura de la Empresa** son las actividades de sistema y procesos de gestión como la administración general, finanzas, asuntos legales, que apoya a la cadena de valores y que no tiene una actividad en unidad es en general.
- ✚ **Administración de los Recursos** consiste en el reclutamiento, selección, inducción del personal idóneo para las diferentes áreas que conforma la empresa.
- ✚ **Tecnología** este factor es beneficioso dentro de la cadena de valor porque ayuda a ser más eficientes en el proceso de cada actividad que se realiza en la empresa.
- ✚ **Abastecimiento / Adquisición** esto hace énfasis a la compra de insumos que ayuda a que al proceso para obtener el producto terminado que ofrece la empresa y esto ayuda a crecer el valor del producto.

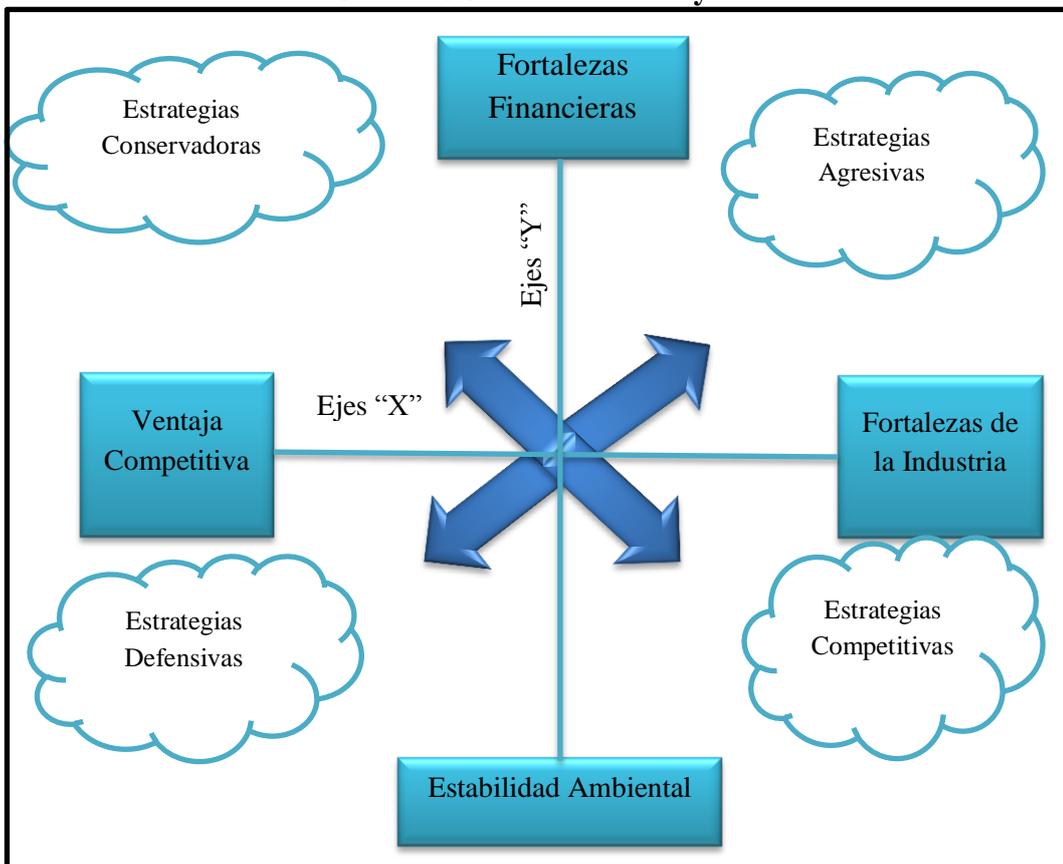
### **Matriz de posición estratégica y evaluación de la acción.**

Es una técnica estratégica que ayuda a la empresa a ubicarse en un buen posicionamiento en el mercado que se encuentra, esta matriz representa dos dimensiones interna (fuerza financiera y la ventaja competitiva) y dos externa

(estabilidad del ambiente y fuerza de la industria). Para realizar la matriz peyea se debe continuar con el siguiente proceso que se detalla a continuación:

- ✚ Seleccionar una serie de variables que incluyan las fuerzas financieras (FF), la ventaja competitiva (VC), la estabilidad del ambiente (EA) y la fuerza de la industria (FI).
- ✚ Dar un valor numérico de +1 que es peor a +6 que es mejor, y asignación de un valor de -1 que es mejor a -6 que es peor este a cada variable que constituye a la dimensión VC y EA.
- ✚ Se debe trazar una recta direccional del origen de la matriz PEYEA por el nuevo punto de la intersección esta puede ser agresiva, competitiva, defensiva o conservadora.

**GRÁFICO N° 3 Matriz Peyea.**



**Fuente:** Matriz de Posicionamiento Estratégico.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

Las estrategias defensivas incluyen atrincheramiento, desinversión, desembolso y diversificación. Cuando el vector direccional se ubica en el cuadrante competitivo de la matriz peyea esto muestra que se deben implementar las estrategias de penetración, desarrollo de mercado y del producto, integración hacia atrás, hacia delante y horizontal, según la necesidad de la empresa.

### **Análisis de las 5 fuerzas de Porter.**

La cinco fuerzas de Porter es una estrategia muy utilizada para diagnosticar muchos factores que rodea a la empresa como es el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenazas de nuevas empresas entrantes al mercado, y la amenazas de nuevos productos sustitutos, en combinación con otras variables que influyen en la quinta fuerza como es el nivel de competencia en la industria, esta estrategia ayuda examinar el entorno de la empresa y a tomar medidas correctivas en cuanto a competitividad.

- ✚ **La rivalidad entre las empresas que compiten** es el factor más poderoso de las cinco fuerzas de Porter, para que la empresa tenga éxito debe tener una estrategia muy eficaz con relación a la competencia.
  
- ✚ **La entrada potencial de competidores nuevos**, este es un factor muy importante porque siempre que exista la oportunidad de que ingrese nueva empresa al sector industrial afectará la estabilidad de la empresa existente en el mercado.
  
- ✚ **Desarrollo potencial de productos sustitutos**, este factor hace énfasis a las empresas que compiten ferozmente en nuestro nicho de mercado que ofertan productos similares con los mismos objetivos de satisfacer necesidades iguales, a menor precio y con los mismos beneficios.

- ✚ **El poder de negociación de los proveedores**, este factor hace mención a cuando hay grandes números de proveedores que ofertan materias primas o sustitutos y muy pocas empresas que adquiera este insumos, aquí es donde se realizan negociaciones para abaratar precios al momento de adquirirlos.
- ✚ **El poder de negociación de los consumidores**, se refiere cuando los clientes están muy concentrados, son muchos y compran a grandes escalas, u poder de negociación hacen que las empresas ofertantes abaraten sus precios.

### **Matriz de Boston Consulting Group (bcg).**

La matriz BCG o también conocida como matriz de crecimiento y participación es un método gráfico de análisis que utilizan las empresas, con la finar de priorizar recursos entre distintas áreas o unidades estratégicas de análisis, esto quiere decir en qué negocio se debe invertir, desinvertir e incluso renunciar.

Se trata de una sencilla matriz de cuatro cuadrantes, cada uno viene representada por una figura donde se destalla la fase del ciclo de vida de la empresa como se representa el gráfico N° 4.

- ✚ **Estrella:** representa un negocio que ya ha crecido y funciona obteniendo una gran rentabilidad a beneficio de la misma.
- ✚ **Dilemas:** se refieren a los negocios que recién incursionan en el mercado y están incertidumbre porque no saben si van a tener aceptación.
- ✚ **Vacas:** representa el bajo crecimiento y un alto desarrollo participativo en el mercado, se trata de nuevas áreas del negocio.
- ✚ **Perros:** es un factor que poco a poco se está agostando y que no genera gastos innecesarios a la empresa.

**GRÁFICO N° 4 Matriz de Boston Consulting Group.**



**Fuente:** Matriz Del Perfil Competitivo.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

#### 1.2.7.4. Formulación e implementación.

Son componentes estratégicos y medios prescritos que ayuda a que se cumplan con los objetivos y metas planteadas para el desarrollo de la empresa. Por lo general existen tres tipos de plan de acciones como son las políticas, proyectos y procedimientos en el cual las empresas deben implementar para alcanzar sus objetivos.

Los planes de acción son documentos debidamente estructurados que forman parte del planeamiento estratégico de una empresa, ya que, por medio de ellos, es que se busca materializar los objetivos estratégicos previamente establecidos, dotándoles de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto. En este punto para la elaboración de un plan de acción, es necesaria la identificación de proyectos, acciones e iniciativas a empezar.

## **Políticas.**

Las Políticas son instrumentos y mecanismos que sirven para implementar estrategias y alcanzar objetivos planteados por la empresa. Además las políticas facilitan en dar soluciones a los problemas periódicos y guían a la implementación de estrategias acorde a la situación de la compañía, si no hubiera políticas dentro de una institución no se tomaría correctivos hacia las dificultades que se presentan en el diario vivir.

Las políticas empresariales son medios que permite alcanzar los objetivos anuales propuesta por la empresa porque es la actitud que se tiene para solucionar algún percance que se presenta. También se las denominan como reglas encomendadas de controlar y dirigir el buen desempeño de las actividades administrativas, operativas de toda la empresa, esto se da para promover la eficiencia y eficacia en las labores cotidianas de la empresa.

## **Procedimientos.**

Según para el autor (RODRÍGUEZ VALENCIA, 2010) manifiesta que “el procedimiento permite establecer el orden cronológico y la secuencia de actividades que deben seguirse en la realización de un trabajo repetitivo”. Pág. #46-#47.

Los procedimientos son pasos a dar para realizar una tarea asignada como por ejemplo la fabricación de una silla de madera, esta necesita ser elaborado paso a paso es decir desde la obtención de la materia prima hasta obtención del producto terminado que es directamente vendido al mercado, para la realización de cualquier actividad ya sea en lo personal o laborar se debe seguir varios pasos para cumplir con el objetivo.

Los procedimientos tiene como objetivo determinar el orden cronológico que deben seguir las actividades, en promover con eficiencia y especialización, determinar responsabilidades evitando duplicidades, estableciendo como deben ejecutarse las actividades, y también cuando y quienes deben realizarlas, porque son aplicables en actividades que se presentan repetitivamente en la empresa.

### **Programas y proyectos.**

Los programas son conjuntos de acciones o proyectos que estable la empresa para alcanzar objetivos para beneficio de la misma, esto siempre se da a largo plazo, en este documento se detallan las actividades que se debe seguir para cumplir con el objetivo planteado.

Los proyectos son conjunto de acciones interconectadas con un objetivo a corto plazo. Se considera como proyecto a todo procedimiento que no forma parte de las actividades habituales de una empresa y que se desarrolla, de forma excepcional, a lo lapso de tiempo limitado. El proyecto puede entenderse como una propuesta subjetiva personal, o colectiva, de algo que se quiere realizar. Implica compromiso personal con los fines y metas de carácter muy abierto e incluso que busca el proyecto.

### **Cronograma.**

Los cronogramas son herramientas básicas de las empresas porque ayudan a la gestión de proyectos con el propósito de optimizar tiempo y recursos, para el cumplimiento se realiza un documento detalladamente y ordenadamente las actividades a ejecutarse dentro de una empresa. El cronograma ordena en el tiempo las actividades relevantes, funciones y tareas para el desarrollo de la investigación, con el fin de optimizar recursos.

#### **1.2.7.5. Control y seguimiento.**

El control permite inspeccionar, analizar, investigar la situación de las acciones que se emplea en cada actividad que se realice para beneficio de la entidad. El seguimiento permite examinar el progreso de las estrategias que se está implementado en el plan estratégico de la empresa; es decir, el seguimiento permite conocer la manera en que se viene empleando y desarrollando las acciones de la compañía, con el fin de evitar complicaciones finales, que puedan ser difícilmente resueltas.

El seguimiento permite conocer los errores o sucesos que se presentan en el proceso y a su vez controlar y solucionar los problemas, esto contribuye a la culminación de las actividades realizadas en una empresa.

#### **Cuadro de mando integral o bsc.**

El cuadro de mando integral o también conocido como Balance ScoreCard es una herramienta muy útil que permite visualizar de una manera muy sencilla el estado estratégico de la empresa, facilitando enormemente su seguimiento y control de los programas, proyectos, metas mediante la semaforización que permite verificar si se están cumpliendo los objetivo planteados por la entidad.

#### **Plan operativo anual (poa).**

El plan operativo anual conocido como poa es el principal instrumento utilizado en la planificación para presentar de manera agregada la información que se genera de la planificación operativa de un proyecto, con periodicidad de un año o menos.

Las actividades programadas y los recursos se pueden dividir por trimestres o semestres para facilitar la ejecución y el seguimiento a las mismas. El plan operativo debe estar perfectamente alineado con el plan estratégico de la empresa, y sus especificaciones sirven para concretar los objetivos a conseguir cada año.

### **Presupuesto.**

El presupuesto es una de las herramientas principales que tiene el sistema de control de gestión para poder conocer la evolución de los resultados reales frente a los previstos. Los presupuestos tienen funciones adicionales como es de evaluar el desempeño, la coordinación de las actividades y la ejecución de los planes, como también comunicar, motivar y autorizar acciones en la empresa.

Es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica durante un periodo establecido por la empresa. Son expresiones cuantitativas de los planes de acción, el presupuesto resume los objetivos de los departamentos de la empresa, estos documentos presupuestarios proporcionan a los gerentes una gran ayuda para llevar a cabo la administración.

## **1.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MAXICITY S.A.**

### **1.3.1. Gestión administrativa.**

La gestión administrativa es un mecanismo primordial que ayuda al perfeccionamiento de una empresa que está encaminada al logro de los objetivos que se han diseñado, permitiendo desarrollar las actividades establecidas en el plan estratégico y en plan operativo anual, pero así como la gestión necesita de una planificación y ejecución esta a su vez necesita de varias herramientas que optimicen su desarrollo como es organizar, dirigir, liderar y evaluar.

La gestión administrativa, es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, dirección, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos establecidos por la alta directiva de una organización.

La gestión administrativa en la empresa Maxicity S.A. ayuda a que esta esté encaminada al logro de los objetivos estratégicos establecido por la misma, administrando los recursos suficientes para su máximo desarrollo en el mercado local, permitiendo ofrecer servicios y productos de alta calidad, gracias al buen manejo de la planificación.

#### **1.3.1.1. Elementos constitutivos.**

Se detallan a continuación historia de la Compañía Maxicity S.A.

#### **Historicidad.**

En la parroquia de Santa Rosa del cantón Salinas su gran actividad económica es la pesca, tiene aproximadamente 4.000 habitantes se dedican a dicha actividad, en este lugar se encuentra la compañía anónima Maxicity S.A. La empresa Maxicity S.A. se halla situada en puerto Santa Rosa, solar 06 de la ciudadela Italiana de la misma Parroquia, esta sociedad fue creada a inicio del año 2010 por los accionistas fundadores Jorge Orrala Moreno y Mirella Soriano Plúas,

La compañía se creó con la finalidad de optimizar los recursos pesqueros porque en ese entonces existía abundancia de pesca blanca, en ese entonces eran muy pocas las empresas que se dedicaban a mantener congelados pescados como la botella para carnada de los armadores y congelado de pampano para venta a mayorista, estos necesitaban completar su carga de pesca para exportar hacia la

China, a medida que pasa el tiempo también se dedicó a dar servicios de frigorífico a diferentes clientes que son comerciantes locales.

### **Constitución.**

La compañía Anónima Maxicity S.A. esta legalmente constituida e inscrita en el registro mercantil del cantón de Guayaquil el día 11 de mayo del 2010, fojas 45.777 a 45.795 con número 8.602 del registro mercantil y anotado con el número 22.007 del repertorio. El Sr. Jorge Geovanny Orrala Moreno como representante legal y gerente general de la misma con un 80% de participaciones y la Sra. Mirella Estela Soriano Plúas con el restante de acciones (20%), dedicándose a la actividad de compra y venta al por mayor y menor de pesca y productos del mar.

### **1.3.2. Actividades.**

En el Cantón Salinas específicamente en la parroquia Santa Rosa se ofertan pesca congelada al por mayor y menor, y servicios de mantenimiento y frigorífico de productos del mar.

✚ **PRODUCTOS.** (pampano , botella para carnada, y marisco varios)

✚ **SERVICIOS.** (servicio de frigorífico)

### **1.3.3. Recursos.**

#### **Recursos humanos.**

Para el autor (CHIAVENATO, 2011) manifiesta: “Recurso humano son las personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, sea cual sea su nivel jerárquico o su tarea, los recursos humanos se distribuyen en niveles distintos.” (Pág. #94).

El Talento Humano es muy importante dentro de cada empresa porque ayuda al crecimiento y desarrollo de la empresa Maxicity S.A., porque el ser humano es irremplazable, ni siquiera una maquina podría trabajar por sí sola siempre necesita la ayuda del hombre.

**TABLA N° 6 Talento Humano de Maxicity S.A.**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Accionista O Socios	2
Contador Externo	1
Auxiliar En Administración	1
Jefe De Control Y Calidad	1
Secretaria General	1
Operarios	4
Chofer	1
Guardia De Seguridad	2
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>

Fuente: Maxicity S.A.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

### **Recursos materiales.**

Los materiales son los bienes tangibles que ayudan a dar el buen servicio y un buen producto final, los materiales que utiliza la compañía Maxicity S.A. para los productos que ofrecen son los siguientes:

Fundas para separar el marisco, cajas tipo carnada, cajas sin huecos, sellos, cinta de embalaje, tintas, bandejas de plásticos y aluminios, gavetas de todo tamaño, tinas, mesas, coches para separar los lotes y talla del producto, equipo de frio (abrigo, pantalones, guantes de lana, botas, gorros, mascarillas), pallet, ganchos para hielo, extintores, materiales de limpieza y aseo, entre otros materiales indirectos.

El autor (CHIAVENATO, 2011) considera que:

Recursos Materiales son los recursos necesarios para las operaciones básicas de la organización, ya sea dar servicios especializados o producir bienes y productos. Los recursos materiales están constituidos por el mismo espacio físico, los locales, edificios y terrenos, el proceso productivo, la tecnología que lo orienta, los métodos y proceso de trabajo orientados a la producción de los bienes y de los servicios producidos por la organización. (Pág. #94).

La empresa Maxicity S.A. tiene una infraestructura ubicada en el puerto Santa Rosa donde funciona el área de administración, finanzas, cobranzas y negociación para una mayor control y seguridad a los clientes y proveedores, y además posee otra construcción ubicada en el sector Velasco Ibarra del cantón Salinas donde se receipta la materia prima, materiales y se da servicio de frigorífico, es decir en este lugar está ubicada el área de producción y cuenta con instalaciones adecuadas para ofrecer un buen producto y servicio de calidad como se merecen los clientes.

### **Recursos Técnicos.**

Los recursos técnicos que posee la empresa Maxicity S.A. son los muebles y enseres que permite ofrecer una buena atención de calidad a los proveedores y clientes porque ellos son el complemento para que la empresa exista.

### **Recursos Tecnológicos.**

Los recursos tecnológicos ayudan a que la empresa crezca y se desarrolle en el mercado. La empresa Maxicity S.A. cuenta con 1 cámara de mantenimiento amplia, 3 túneles de frío, 2 montacargas, 1 máquina de hielo triturado, 1 camión, balanzas digitales (grameras y kileras), termómetros digitales para el control de temperaturas del producto, bomba de agua para dispensar el lugar, computadora completa e impresora para el área de administración, iluminarias adecuadas,

instalaciones de alarma de seguridad, aire acondicionado en la oficina. Los recursos antes mencionados ayudan a que la actividad de empresa se ejecute al máximo.

#### **1.3.4. Impacto ambiental.**

##### **1.3.4.1. Responsabilidad social.**

La empresa tiene como responsabilidad social comercializar y ofrecer productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, además posee instalaciones de frigorífico en el sector Velasco Ibarra que esta apartado del centro de la ciudad para no contaminar el medio ambiente, este lugar no posee con alcantarillado y la empresa procede a contratar los servicios de la empresa de transporte de aguas residuales y desechos sólidos, esta cuenta con los debidos permisos de funcionamiento (aguapen s.a. y el ministerio del ambiente).

Maxicity S.A. en estos momentos se encuentra en trámites para obtención de la licencia ambiental categoría ii del ministerio del ambiente, porque así dispone la constitución de la república del ecuador.

##### **1.3.4.2. Aporte al buen vivir.**

Mediante el plan nacional del buen vivir manifiesta en el objetivo n°11 establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, esto manifiesta que el gobierno nacional está induciendo a las pequeñas y medianas empresas a la productividad para fortalecer al país.

La empresa Maxicity S.A. está contribuyendo a este Objetivo en fomentar fuentes de trabajos a los habitantes de la Provincia de Santa Elena, y a generar recurso

económico para el desarrollo del país mediante el pago de impuestos mensuales al SRI, además en brindar productos de calidad para satisfacer las necesidades locales.

#### **1.3.4.3. Estudio ambiental o recursos naturales.**

Los integrantes de la empresa Maxicity S.A. están orientados al cumplimiento de las normas en el cuidado ambiental, para no abusar de los recursos naturales que nos brinda nuestra linda patria el Ecuador, es por esta razón que la empresa es muy cuidadosa en aceptar productos de talla optima y fechas acordes (vedas del productos) que no perjudique al ecosistema marítimo del país.

#### **1.3.5. Marco situacional.**

La empresa Maxicity S.A. está ubicada en la ciudadela Italiana, en el solar 06 en el puerto n° 09 de la Parroquia Santa Rosa pertenece al cantón Salinas y esta su vez se encuentra en la provincia más joven del Ecuador como es Santa Elena.

**GRÁFICO N° 5 Ubicación Geográfica de Maxicity S.A.**



Fuente: Maxicity S.A.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

La parroquia Santa Rosa cuenta con un aproximado de 11.000 habitantes según el censo que se realizó en el 2010 por el INEC, sus principal actividad es la pesca que es realiza de forma artesanal sin perjudicar al ecosistema marítimo. El Ecuador que posee una superficie de 6050 Km<sup>2</sup>, lo que representa el 30,50% de la provincia vecina como es el Guayas. Santa Elena está dividida en tres cantones como es Santa Elena, La Libertad y Salinas.

### **1.3.6. Marco legal.**

#### **Constitución Política del Ecuador Vigente año 2008.**

El art. 309 señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores públicos, privados y del popular y solidario; en el art. 311 fija que el sector financiero popular y solidario se formará de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado. En el numeral 2 del art. 276 de la constitución establece que “el régimen de desarrollo, tiene sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución y en la generación de trabajo digno y estable.

La Constitución expresa las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores (as), facilitándoles la adquisición de medios de producción; los numerares del 1 al 3 del art. 285 de la Constitución indica como objetivos de la política fiscal:

- 1.) El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos;

- 2.) La redistribución del ingreso por medio de transparencias, tributos y subsidios adecuados,
- 3.) La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios socialmente deseables y ambientalmente responsables”.

### **Plan del Buen Vivir.**

Objetivo 6: GARANTIZAR EL TRABAJO ESTABLE, JUSTO Y DIGNO EN SUS DIVERSIDAD DE FORMAS.- El trabajo constituye el pilar principal de la sociedad y es fundamental en la vida de las personas, la constitución del 2008, reconoce el trabajo como derecho y deber social. En tanto derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía.

## **LEY DE COMPAÑÍAS**

### **1.- Concepto, Características, Nombre Y Domicilio.**

**Art. 143.-** La ley de compañías del Ecuador, declara a la sociedad anónima como una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

**Art. 144.-** describe la administración denominación y contravenciones; se administra por mandatarios amovibles, socios o no. En el art. 150 al art. 159 manifiesta los requisitos para la constitución mediante las escrituras públicas y en el Art. 160 menciona los requisitos mercantiles como Sociedad Anónima.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **2.1. METODOLOGÍA.**

Es la especificación de las etapas y procedimientos, así como las técnicas e instrumento a utilizar para lograr el objetivo de la investigación, es decir se ocupa de normas del proceso de investigación, que se pretende su validez lógica en relación con el ámbito sobre el cual trata la ciencia en cuestión y simultáneamente la obligatoriedad real del investigador.

#### **2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El diseño de investigación es un plan estructurado de acciones que va en función con el objetivo básico, está orientado a la obtención de información o datos relevantes para el problema planteado como objeto de estudio.

El presente estudio se realizó un diseño no experimental porque es considerado la investigación cuantitativa y cualitativa, debido a que la cualitativa, tiene como objetivo la descripción de cualidades de un fenómeno, descubrir tantas formas como sea posible, mientras que la cuantitativa permite examinar los datos de manera numérica.

Se trabaja con grupos de personas involucradas en el objeto de estudio, quienes además de dar a conocer sus cualidades por medio de la entrevista, dan a conocer sus expectativas respecto al caso, con fin de contribuir al plan estratégico.

Mediante el diseño de la investigación se puede recopilar información clara y concisa que ayuda a despejar las dudas con relación a la inexistencia de un plan estratégico en la empresa Maxicity S.A.

### **2.3. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.**

El presente trabajo tiene como modalidad el estudio de investigación documental, porque se percibió la necesidad de profundizar, consultar y deducir enfoques teorías y conceptualizaciones y criterios de sin número de autores sobre la cuestión determinada, basándose en documentos libros y publicaciones, para realizar y desarrollar con efectividad el marco teórico del objeto de investigación.

Además se utilizó la investigación de Campo, ya que es un estudio que es realizado para analizar, persuadir el comportamiento interno y externo de la empresa Maxicity S.A., para recabar información idónea que ayuda a diagnosticar la situación actual de la misma, donde se permite tener contactos con los clientes, proveedores, personal involucrado a la entidad.

Se realiza el respectivo estudio de investigación para saber las causas y efectos a resolver las problemáticas que se presentan en dicha compañía para realizar la implementación de un plan estratégico que ayudará al mejoramiento de la gestión administrativa de Maxicity S.A.

### **2.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

Los estudios exploratorios se familiarizan con los fenómenos desconocidos, y son la base de investigaciones más sólida y de análisis, se caracterizan por ser más flexibles en su metodología de acuerdo a las necesidades de recolección de datos, este tipo de investigación es esencial para Maxicity S.A.

Este tipo de investigación ayuda a conocer las dificultades y bienestar que se presentan en la empresa Maxicity S.A. es decir realizar el análisis interno y externo de la misma.

Existen diferentes tipos de investigación que se ajusta a la investigación no experimental entre la cual se destacan las siguientes:

#### **Por el Lugar:**

✚ **Investigación Bibliográfica.-** concierne en analizar con mayor entendimiento los conocimientos en con base al soporte científico a través de las fuentes secundarias (bibliotecas, periódicos, internet, etc.), que sirve de gran utilidad para la actual investigación del plan estratégico para la empresa Maxicity S.A.

✚ **Investigación de Campo.-** acumula información de las fuentes externas primarias, a través de diferentes técnicas de investigación como es la entrevista y encuesta que se realiza para obtener información idónea de la situación de la empresa Maxicity S.A.

#### **Por el Nivel de Estudio:**

✚ **Nivel exploratorio:** se desarrolla cuando el objetivo es examinar un tema poco estudiado.

#### **Por el Propósito:**

✚ **Básica o Pura.-** sirve para formular; ampliar o evaluar la teoría.

✚ **Aplicada.-** es utilizada para resolver problemas prácticos, concretos.

## **2.5. MÉTODOS.**

Según el autor (PAREDES, 2011) expresa lo siguiente: “Hablamos de método científico para referirnos al conjunto de procedimiento que valiéndose de las técnicas o instrumentos necesarios aborda o soluciona un problema, convirtiéndose en estrategia consistente encaminadas a solucionar problemas planteados por el investigador”. Pág. #66.

Los métodos de investigación se pueden decir que la investigación tiene como objeto el descubrir algo, indagar, dar respuesta de manera sistemática a las múltiples preguntas que se hace el hombre. Existen diferentes métodos de investigación como el método de observación donde el investigador debe seguir la adquisición del conocimiento con un riguroso procedimiento de recolección de información.

El método Analítico permite descomponer una situación en partes con el fin de identificar cada una de ellas y sus incidencias en la investigación permitiendo observar las causas, la naturaleza y los efectos del objeto de estudio que contribuye al plan estratégico de la empresa Maxicity S.A.

## **2.6. TÉCNICAS.**

Las técnicas son procedimientos que ayudan a entender con mayor finalidad los fenómenos ocurridos dentro de un caso en particular, dentro del presente trabajo investigativo se toma en consideración la encuesta y la entrevista que son idóneas para recolectar información relevante para el objeto de estudio.

La encuesta es una técnica de investigación que a través de preguntas prediseñadas mediante un debido cuestionario previamente diseñado a la situación actual de la compañía., y esto sirve para recabar información de las variables, opiniones y conocimientos de los involucrados de la empresa Maxicity S.A.

La entrevista es una técnica de investigación que permite recabar información relevante para la investigación, por lo tanto es realizada a los accionistas de la empresa Maxicity S.A. con el fin de verificar la realidad de la misma, la entrevista puede ser estructurada o semiestructurada según sea el caso.

## 2.7. INSTRUMENTO.

Es el recurso principal de recolección de datos que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en si toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponda a los indicadores y por lo tanto a las variables o conceptos utilizados.

Para la empresa Maxicity S.A. se utiliza los instrumentos de investigación como es la guía de entrevista y cuestionario, estos instrumento se utilizan para recolectar mayor información de la misma que son valiosas para el respectivo análisis de la situación actual de la entidad, estos datos permite diagnosticar en qué situación se encuentra la compañía con respecto a la inexistencia de un plan estratégico.

✚ **La guía de entrevista** es un instrumento muy importante que ayuda establecer un listado de preguntas que se realiza al entrevistado para recaudar información acorde al tema de estudio para sustentar el plan estratégico de la empresa Maxicity S.A.

✚ **El cuestionario** es un conjunto de preguntas realizados de acuerdo al tema de estudio que se aplica a los involucrados de la empresa Maxicity S.A., estas preguntas son sencillas y claras, con la finalidad de recopilar información idónea al trabajo y que el encuestado no tenga ningún problemas a momento de contestar.

## 2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA.

### 2.8.1. Población.

La población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo. En la presente investigación se toma como población a los involucrados de la empresa Maxicity S.A. como son los clientes internos, los clientes externos y proveedores, quienes son las personas idóneas para recabar información de útil para la investigación que se está realizando.

**TABLA N° 7 Población de Maxicity S.A.**

N° POBLACIÓN	CIFRA / MUESTRA	PORCENTAJE
Clientes internos	12	10%
Clientes externos	102	82%
Proveedores	10	8%
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100%</b>

Fuente: Población de Maxicity S.A.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

### 2.8.2. Muestra.

El actual trabajo de investigación se tomó en cuenta el muestreo por conveniencia debido a la poca información, a la necesidad de información rápida y que no representa, en este caso los elementos se seleccionaron solo porque son accesibles.

**TABLA N° 8 Muestra.**

N° POBLACIÓN	CIFRA / MUESTRA	INSTRUMENTO
Socios	2	Entrevista
Clientes externos	102	Encuesta
Talento humano	10	Encuesta
Proveedores	10	Encuesta
<b>TOTAL</b>	<b>124</b>	

Fuente: Muestra de la Compañía Maxicity S.A.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

## 2.9.PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LOS DATOS.

El presente trabajo investigativo se desarrolla tomando en cuenta los siguientes procedimientos que son útiles para la obtención de datos valiosos para la elaboración de la propuesta.

- ✚ Elección del tema.
- ✚ Planteamiento y formulación del problema.
- ✚ Revisión bibliográfica.
- ✚ Justificación del tema.
- ✚ Objetivos de investigación.
- ✚ Fijación de la hipótesis.
- ✚ Operacionalización de las variables.
- ✚ Fundamentación teóricas, legal y metodológica de las variables.
- ✚ Definición de la población.
- ✚ Selección de la muestra.
- ✚ Elaboración del instrumento.
- ✚ Aplicación de instrumento.

✚ **Elección del tema:** para realizar una tipo de investigación primeramente hay que tener el tema, saber el objeto de estudio en la investigación.

✚ **Planteamiento y formulación del problema:** se refiere a especificar el porqué del tema a investigar, es decir saber cuáles son las causas y efectos del tema, el motivo por el cual investigar de un tema específico.

✚ **Revisión bibliográfica:** revisar varios autores para justificar el tema de estudio, mediante la autenticación y veracidad comprobada mediante varios análisis de autores científicos..

- ✚ **Justificación del tema:** se describe de donde provienen las causas del problema de estudio, es decir demostrar y argumentar sobre el tema de investigación a quién va a favorecer.
  
- ✚ **Objetivos de investigación:** se plantean los objetivos tanto el general y específico para la investigación objeto.
  
- ✚ **Fijación de la hipótesis:** se plantea la hipótesis de la investigación para poder realizar la respectiva investigación.
  
- ✚ **Operacionalización de las variables:** se detallan las variables tanto la dependiente como la independiente.
  
- ✚ **Fundamentación teóricas, legal y metodológica de las variables:** se describen las variables pero fundamentado en varios autores para justificar la procedencia de la investigación.
  
- ✚ **Definición de la población:** personas u objeto de estudio en su totalidad.
  
- ✚ **Selección de la muestra:** se saca la muestra de la población en general, esta sirve para saber a quienes tendremos que realizarle la encuesta y entrevista.
  
- ✚ **Elaboración del instrumento:** se redacta el instrumento tanto como el cuestionario de pregunta para la entrevista y encuesta, que se le realizara a la muestra establecida.
  
- ✚ **Aplicación de instrumento:** se ejecuta la encuesta y la entrevista a la muestra escogida de la población.

En el trabajo de investigación se realizaron los siguientes procesamientos:

- ✚ Orden de la información recolectada.
  - ✚ Tabulación de los datos.
  - ✚ Análisis e interpretación de los resultados.
  - ✚ Conclusiones y Recomendaciones.
- 
- ✚ **Orden de la información recolectada:** este ítem indica que se debe codificar las preguntas realizadas dependiendo del instrumento realizado en el tema de investigación.
  
  - ✚ **Tabulación de los datos:** este punto hace hincapié que se debe tabular los datos obtenidos de la encuesta en programa SPSS (Paquetes Estadísticos para la Ciencia Sociales) que es una herramienta muy útil y sencilla para obtener datos porcentuales.
  
  - ✚ **Análisis e interpretación de los resultados:** según los gráficos realizados en el programa SPSS (Paquetes Estadísticos para la Ciencia Sociales) se analizan los datos obtenidos en la encuesta y entrevista.
  
  - ✚ **Conclusiones y Recomendaciones:** después de haber realizado el respectivo análisis de cada cuadro y gráfico se procede a realizar la conclusión de la investigación y sus respectivas sugerencias para que se implemente el objeto de estudio. En este caso la empresa Maxicity S.A.

Los procedimientos efectuados al objeto de estudio, cuenta con un conjunto de estrategias, técnicas, políticas y habilidades que permite informar a las personas interesadas en el tema facilitando la investigación de manera clara y sencilla, determinando la eficacia y confidencialidad del documento (objeto estudiado).

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

#### **3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.**

Las entrevistas fueron realizadas a los socios accionistas de la compañía Maxicity S.A. quienes son el Lcdo. Jorge Orrala Moreno (Gerente General); Sra. Mirella Soriano Plúas (Presidenta), quienes brindaron la información idónea sobre la administración de la empresa y quienes prestaron todo su tiempo para contestar la respectiva guía de entrevista, con este instrumento se pudo obtener información relevante para el desarrollo del plan estratégico de dicha empresa.

##### **1) ¿Con que fin se creó la empresa Maxicity S.A.?**

Con el único fin de establecer la razón de ser la empresa Maxicity S.A., por tal motivo los dos socios respondieron que se estableció con el afán de fomentar fuentes de trabajo a más de poseer beneficios económicos para ellos, dar a conocer sus productos de alta calidad a mercados asiáticos y americanos.

##### **2) ¿Cuáles son las fortalezas que posee Maxicity S.A.?**

Dentro de la Fortalezas de la empresa se establecieron las siguientes:

-  Infraestructura amplia.
-  Excelencia y compromiso con los Clientes.
-  Ofrecimiento de productos de calidad.

- ✚ El recurso humano está dispuesto a cualquier cambio.
- ✚ Ambiente Laboral agradable
- ✚ Buena capacidad negociadora tanto como para proveedores y cliente.

### 3) **¿Qué debilidades Cree Ud. que posee la compañía?**

Se estableció esta pregunta con el fin de establecer las posibles debilidades que tiene la empresa para realizar el respectivo análisis FODA, a continuación se detallan:

- ✚ Carencia de trabajo en equipo.
- ✚ Falta de capacitación al talento humano.
- ✚ Deficiencia en la gestión administrativa.
- ✚ Falta de proyectos de responsabilidad social.
- ✚ Bajo control de los inventarios de producto, materiales y recursos.
- ✚ No posee visión, misión, objetivos.
- ✚ Escases de una marca en los productos o servicios.
- ✚ Escaso conocimiento de planificación por parte de los colaboradores.
- ✚ No cuenta con una estructura organizacional.
- ✚ No se delega funciones de manera correcta.

### 4) **¿La empresa dispone de Filosofía, Misión y Visión que direccionen las actividades hacia un mismo fin?**

Los directivos de Maxicity S.A. respondieron que la compañía no dispone de una filosofía empresarial, porque ellos desconocen de este componente que ayuda al buen funcionamiento de la misma. Los encargados de la compañía manifestaron que estaría excelente que la empresa contara con un direccionamiento estratégico puesto que ayudara a que todos trabajen con un mismo objetivo.

**5) ¿Qué opina Ud. sobre crear valores y políticas empresariales que le permitan a Maxicity S.A. tener una cultura organizacional?**

Los valores y políticas empresariales ayudan a una mejor administración de la empresa, porque esta ayuda a dar una buena imagen de la misma, es decir a identificarla de otra porque es la forma de ser, la manera que se refleja hacia el exterior.

**6) ¿Ha escuchado hablar sobre Planes Estratégicos?**

Bueno el plan estratégico es realizado a las grandes empresas, se dice que es una herramienta que ayuda mucho para el desarrollo y crecimiento de la entidad. El plan estratégico orienta a tomar decisiones para un buen futuro de la compañía y ser competitiva en el ámbito comercial.

Esto ayuda a tener planificado cada proyecto que se ejecutara en la empresa para un mejor avance de la misma, los planes estratégicos van encaminados al cumplimiento de la misión y visión de la compañía a través de la consecución de los objetivos planteados ya sea a corto, mediano o largo plazo. Además ayuda a redactar el historial de lo que sucede en la empresa hasta la actualidad.

**7) ¿Considera Ud. que la empresa necesita de un Plan Estratégico?**

Según los directivos de Maxicity S.A. aseguran que la empresa si necesita que se diseñe y se ejecute un plan estratégico porque esta herramienta ayudará a tomar excelentes decisiones, realizar correctivos dentro de cada departamento para el mejoramiento y desarrollo de la misma, creando misión, visión, valores, objetivos, estrategias, proyectos, programas que ayuden a la compañía a ampliarse en forma competitiva en mercado local.

## 8) ¿Qué tipos de programas necesita la empresa?

- ✚ Capacitación para incrementar los conocimientos en el área administrativa para el desarrollo personal de todo el talento Humano.
- ✚ Mejoramiento de la infraestructura de Maxicity S.A. (cerramiento).
- ✚ Publicidad para posicionamiento de la compañía en el mercado.
- ✚ Comunicación eficaz entre los departamentos de la empresa.
- ✚ Capacitación en facturación electrónica.
- ✚ Capacitaciones en ventas y administración.
- ✚ Implementación del manual de funciones.

## 9) ¿Han realizado alguna capacitación dirigida a su campo de acción laboral?

Los directivos respondieron que hace 2 años y medio se realizó una capacitación al talento humano de Maxicity S.A. sobre los temas de la autoestima, desarrollo personal, pero en la actualidad no se ha realizado ninguna otra capacitación, y es útil que se realice porque es importante no solamente para nosotros el personal administrativo sino que también para el operativo porque todos conformamos la empresa, todos somos parte de esta entidad.

### 3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

Para la ejecución de este instrumento de investigación se tomó en cuenta a los clientes internos de la empresa, es decir a todo el talento humano de la compañía, clientes externos y proveedores de materia prima. A todos los encuestados se les realizó una serie de preguntas, que fueron tabuladas en el programa SPSS, para la obtención de resultados que ayudan a la elaboración de la propuesta de este proyecto de investigación.

**PREGUNTA # 1.** ¿Considera Ud. que Maxicity S.A. proyecta una buena imagen corporativa?

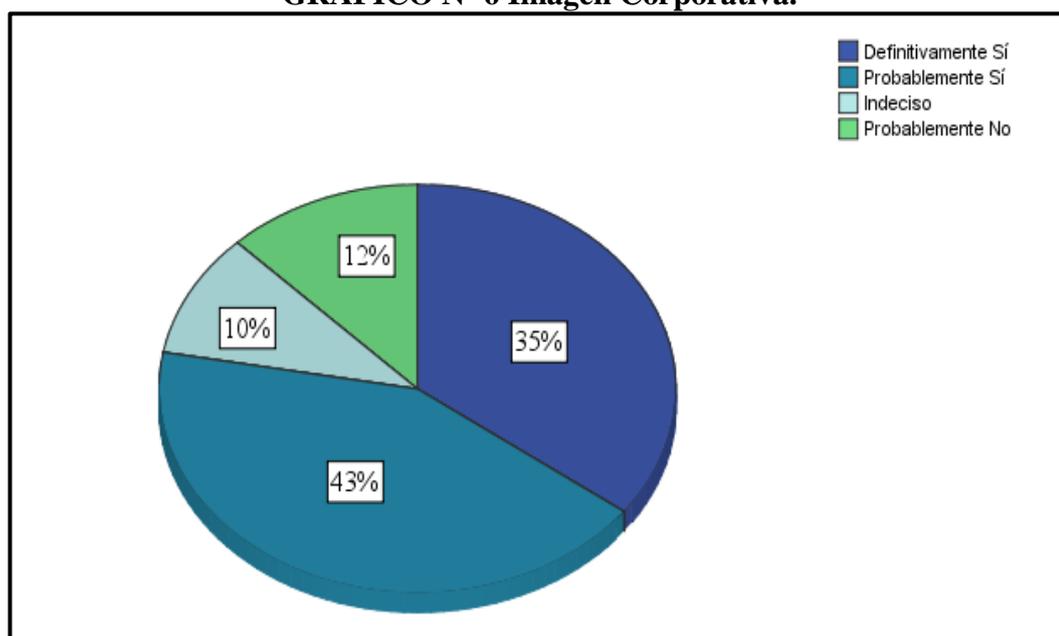
**TABLA N° 9 Imagen Corporativa.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	43	35%
	Probablemente Sí	52	43%
	Indeciso	12	10%
	Probablemente No	15	12%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Imagen Corporativa.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 6 Imagen Corporativa.**



Fuente: Imagen Corporativa.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

Un gran porcentaje de los encuestados respondieron que probablemente sí proyecta una buena imagen institucional, así mismo otro porcentaje manifiesta que la empresa definitivamente sí proyecta y en menor escala expresan que probablemente no y como mínimo dicen que están indecisos.

**PREGUNTA # 2.** ¿Deberían los directivos implementar estrategias empresariales para una excelente planificación de la empresa?

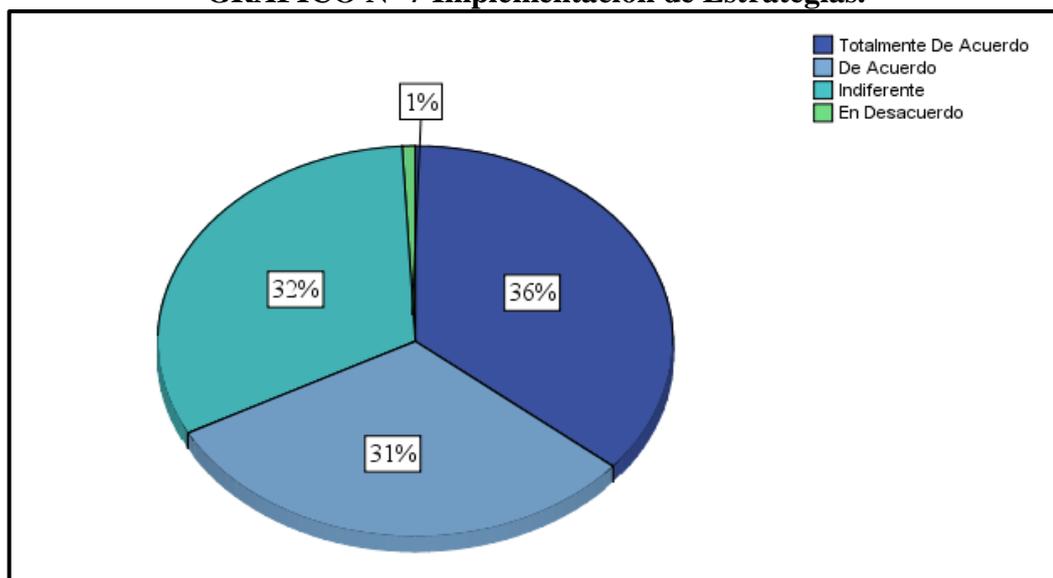
**TABLA N° 10 Implementación de Estrategias.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente De Acuerdo	44	36%
	De Acuerdo	38	31%
	Indiferente	39	32%
	En Desacuerdo	1	1%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Implementación de Estrategias.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 7 Implementación de Estrategias.**



Fuente: Implementación de Estrategias.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

Tomando en cuenta a los encuestado en un gran porcentaje manifiesta que estan totalmente de acuerdo que los directivos de la compañía deben implementar estrategias empresariales para una exelente planificación, en menos escala dicen que estan indiferente, pero en menos porcentaje manifiestan que estan deacuerdo con la implementacion de estrategia y en un significativo estan en desacuerdo.

**PREGUNTA # 3.** La creación de Misión, Visión y Objetivos podrían proyectar a la empresa hacia un mejor futuro.

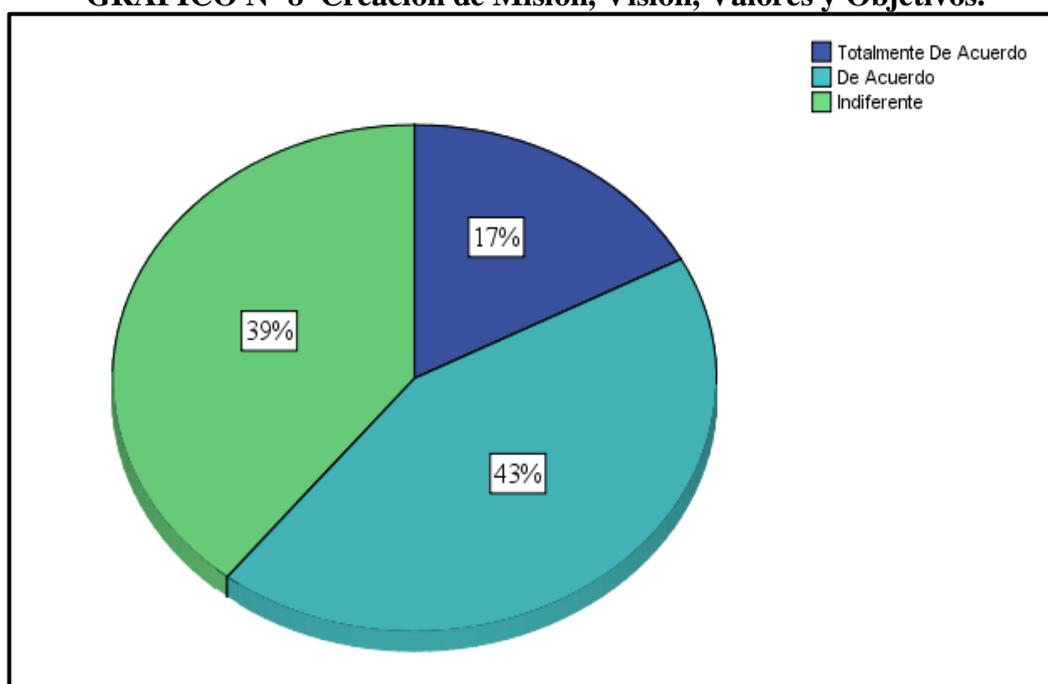
**TABLA N° 11 Creación de Misión, Visión, y Objetivos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente De Acuerdo	21	17%
	De Acuerdo	53	43%
	Indiferente	48	39%
	Total	122	100%

**Fuente:** Creación de Misión, Visión, y Objetivos.

**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 8 Creación de Misión, Visión, Valores y Objetivos.**



**Fuente:** Creación de Misión, Visión, y Objetivos.

**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

Un gran porcentaje de los encuestados están de acuerdo que la creación de la misión, visión, valores y objetivos proyecta un mejor futuro para la compañía, pero así mismo en un mínimo porcentaje manifiesta que está indiferente pero una significativa cantidad dicen que están en total acuerdo.

**PREGUNTA # 4.** ¿Es importante la aplicación de los Valores Empresariales para un mejor servicio?

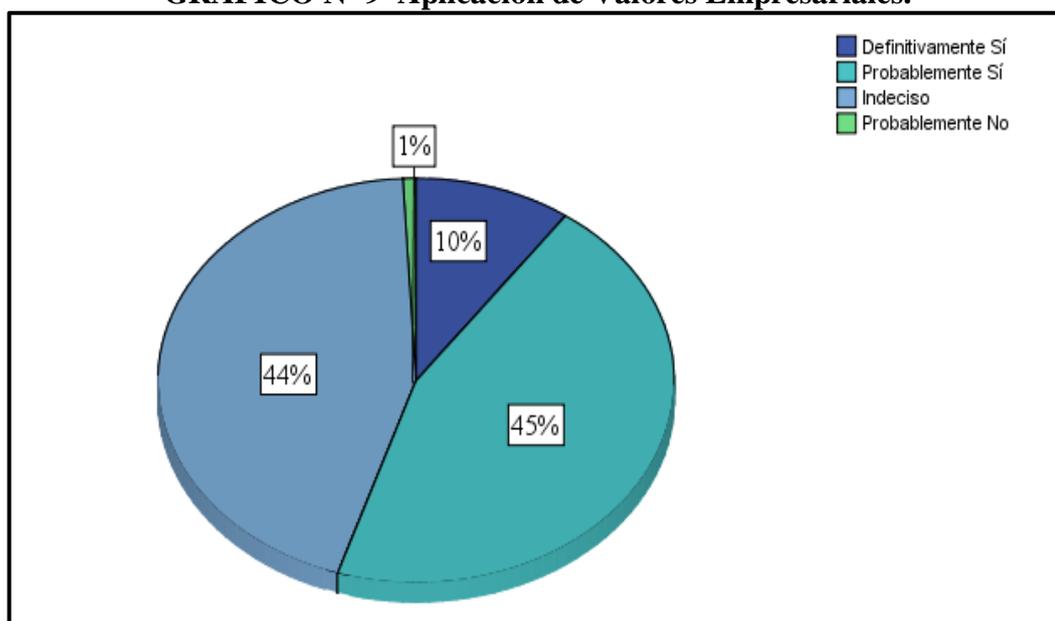
**TABLA N° 12 Aplicación de Valores Empresariales.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	12	10%
	Probablemente Sí	55	45%
	Indeciso	54	44%
	Probablemente No	1	1%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de Valores Empresariales.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 9 Aplicación de Valores Empresariales.**



Fuente: Aplicación de Valores Empresariales.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

Un gran porcentaje manifiestan que probablemente si están de acuerdo que los valores empresariales ayudan a prestar un buen servicio, pero en menos porcentaje dicen que esta indecisos y en menos escala dicen que están totalmente de acuerdo, pero en una significativa dicen que probablemente no.

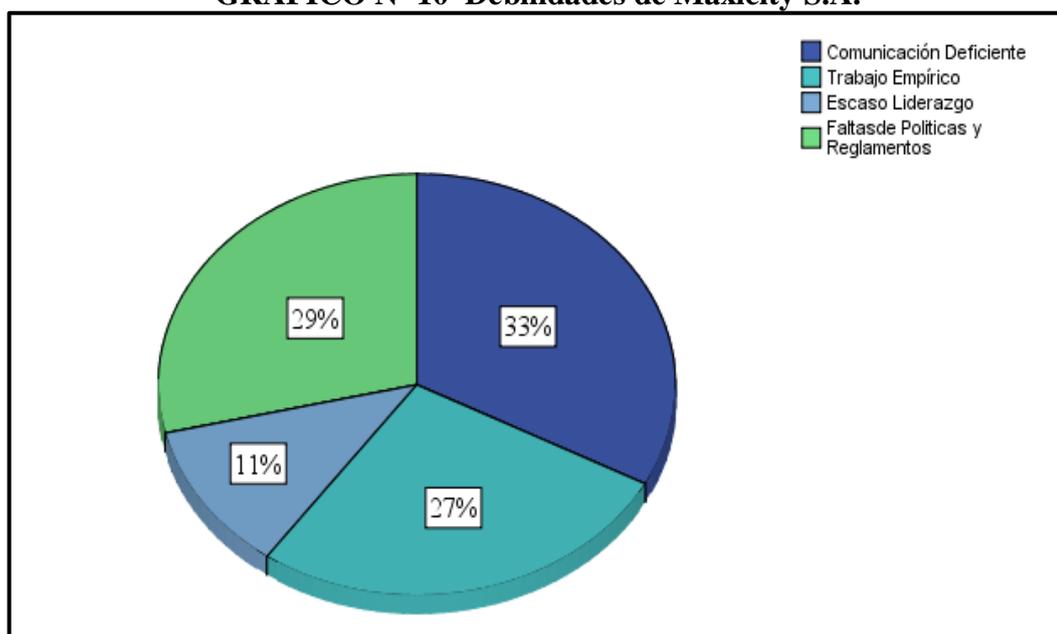
**PREGUNTA # 5.** ¿Que debilidades ha detectado Ud. en desarrollo de las actividades de la empresa?

**TABLA N° 13 Debilidades de Maxicity S.A.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Comunicación Deficiente	40	33%
	Trabajo Empírico	33	27%
	Escaso Liderazgo	14	11%
	Faltas de Políticas y Reglamentos	35	29%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Debilidades de Maxicity S.A.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 10 Debilidades de Maxicity S.A.**



**Fuente:** Debilidades de Maxicity S.A.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

En un gran porcentaje manifiestan que la comunicación deficiente es una debilidad de la empresa, pero menos escala dicen que es por la falta de políticas y reglamentos, y así mismo dicen que es el trabajo empírico pero en un valor significativo dicen que es el escaso liderazgo.

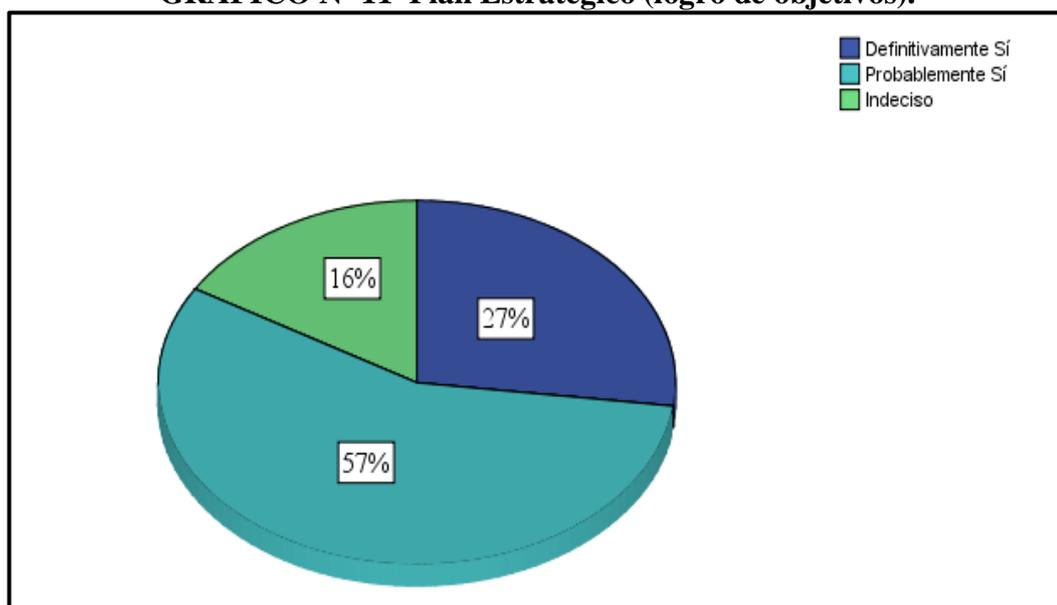
**PREGUNTA # 6.** ¿Piensa Ud. que la empresa les hace falta una buena planificación estratégica que les permitan alcanzar sus objetivos?

**TABLA N° 14 Planificación Estratégica (logro de objetivos).**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	33	27%
	Probablemente Sí	69	57%
	Indeciso	20	16%
<b>Total</b>		<b>122</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Planificación Estratégica (logro de objetivos).  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 11 Plan Estratégico (logro de objetivos).**



**Fuente:** Planificación Estratégica (logro de objetivos).  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque

Un gran número de los encuestados dicen que probablemente si les hace falta una buena planificación estratégica que les permita alcanzar los objetivos de la empresa, pero en un menor porcentaje manifiestan que definitivamente si están convencidos de la falta que les hace y en un significativo valor exponen que están indecisos.

**PREGUNTA # 7.** ¿Esta Ud. de acuerdo que la empresa establezca procedimientos administrativos?

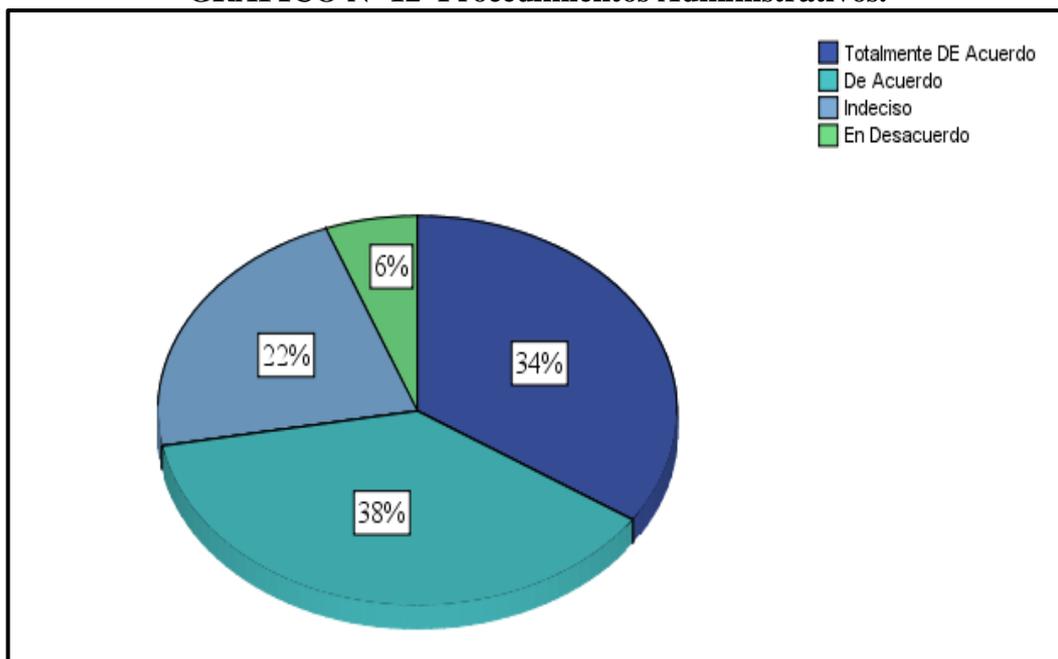
**TABLA N° 15 Procedimientos Administrativos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente de Acuerdo	42	34%
	De Acuerdo	46	38%
	Indeciso	27	22%
	En Desacuerdo	7	6%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Procedimientos Administrativos.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 12 Procedimientos Administrativos.**



Fuente: Procedimientos Administrativos.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

En un gran valor de los encuestados manifiestan que están de acuerdo que se establezcan procedimientos administrativos, pero así mismo seguido por un mínimo porcentaje están totalmente de acuerdo con la aplicación de los procedimientos, pero en un mínimo porcentaje expresa que están indecisos con este tema y en un significativo dicen que están en desacuerdo.

**PREGUNTA # 8.** ¿Piensa Ud. que la empresa debe realizar un análisis Foda para persuadir el futuro de la misma?

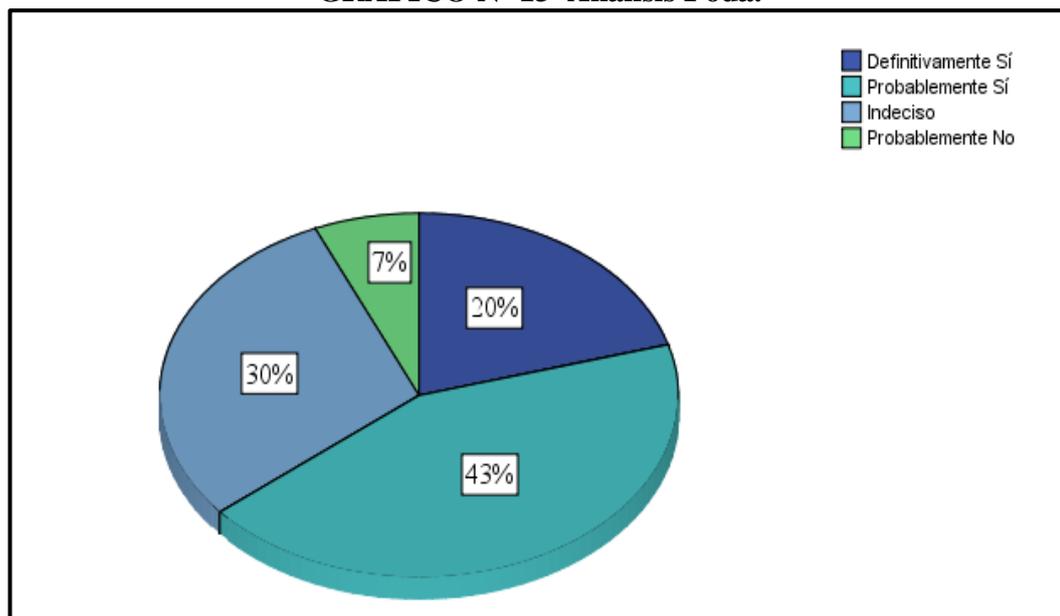
**TABLA N° 16 Análisis Foda.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	25	20%
	Probablemente Sí	53	43%
	Indeciso	36	30%
	Probablemente No	8	7%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Análisis Foda.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 13 Análisis Foda.**



Fuente: Análisis Foda.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

Un gran porcentaje manifiesta que probablemente si debe realizar un análisis foda en la empresa, pero así mismo otro grupo expresa que están indeciso con el tema, pero en una menor número dicen que definitivamente si se debería realizar, además un insignificantico porcentaje dice que probablemente no.

**PREGUNTA # 9.** ¿Considera Ud. que se debe crear un Plan estratégico como estrategia competitiva?

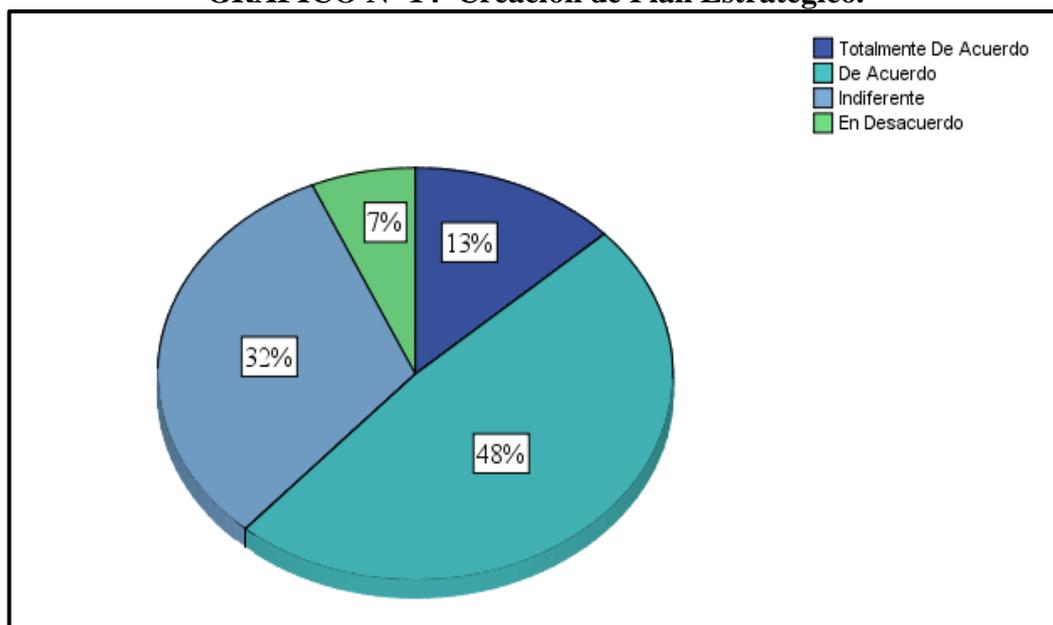
**TABLA N° 17 Creación de Plan Estratégico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente De Acuerdo	16	13%
	De Acuerdo	59	48%
	Indiferente	39	32%
	En Desacuerdo	8	7%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Creación de Plan Estratégico.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 14 Creación de Plan Estratégico.**



Fuente: Creación de Plan Estratégico.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

Del total de encuestados en su gran mayoría manifiesta que están de acuerdo que se cree un plan estratégico como estrategia competitiva, además en un menor porcentaje expresan que están inseguros de que se cree, pero en un porcentaje menor dice están totalmente de acuerdo y en un significativo valor señalan que están en desacuerdo.

**PREGUNTA # 10.** ¿Piensa Ud. que la aplicación de un Plan estratégico genera grandes beneficios como competitividad en el mercado?

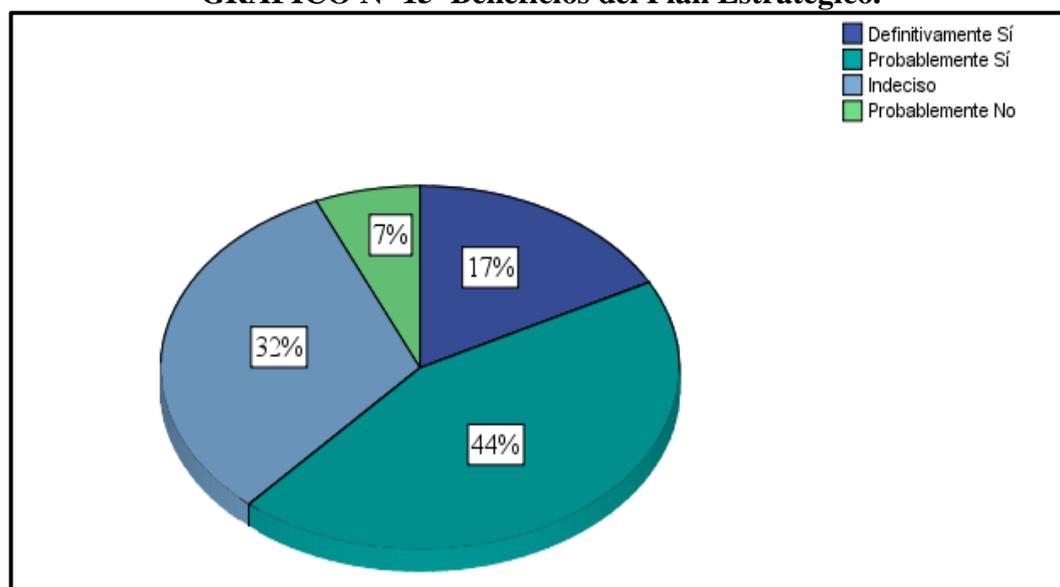
**TABLA N° 18 Beneficios del Plan Estratégico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	21	17%
	Probablemente Sí	54	44%
	Indeciso	39	32%
	Probablemente No	8	7%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Beneficios del Plan Estratégico.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 15 Beneficios del Plan Estratégico.**



Fuente: Beneficios del Plan Estratégico.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

De un total de encuestado en su mayoría respondieron que probablemente si el plan estratégico genera grandes beneficios para la empresa, pero en un menor porcentaje manifiesta que están indecisos, así mismo un porcentaje manifiesta que definitivamente si es beneficioso, pero en un mínimo valor dicen que probablemente no.

**PREGUNTA # 11.** ¿Piensa Ud. que la empresa debe poseer programas de trabajo para una adecuada administración?

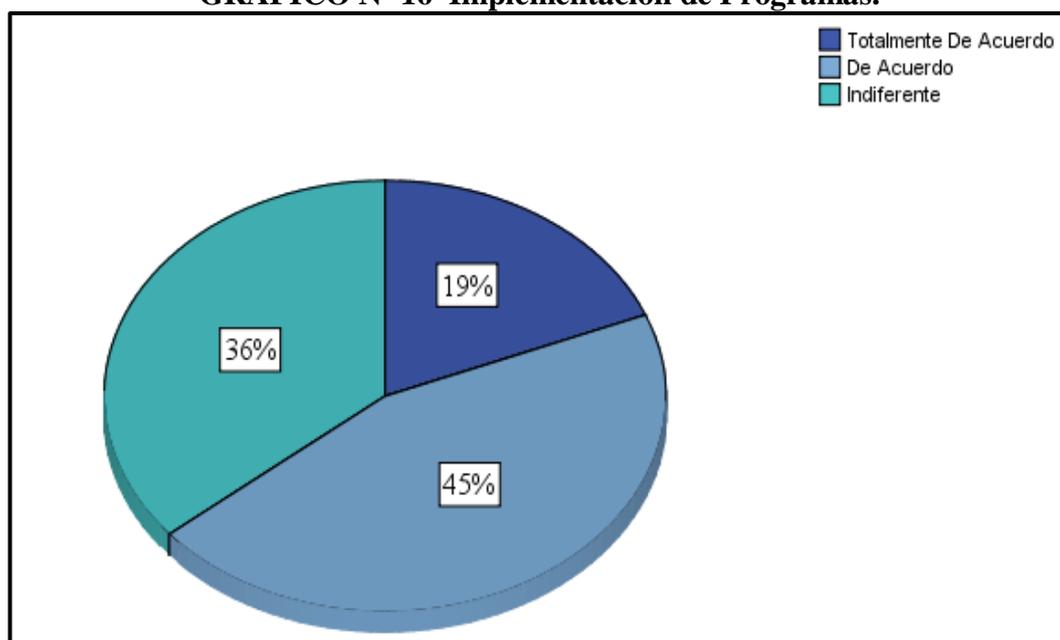
**TABLA N° 19 Implementación de Programas.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Totalmente De Acuerdo	23	19%
	De Acuerdo	55	45%
	Indiferente	44	36%
	<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Implementación de Programas.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 16 Implementación de Programas.**



Fuente: Implementación de Programas.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

Un gran porcentaje manifiesta que están de acuerdo que la empresa debe poseer programas de trabajo para una adecuada administración, pero en menor valor expresa están indiferentes, así mismo otro grupo expone que está totalmente de acuerdo con la implementación de programas.

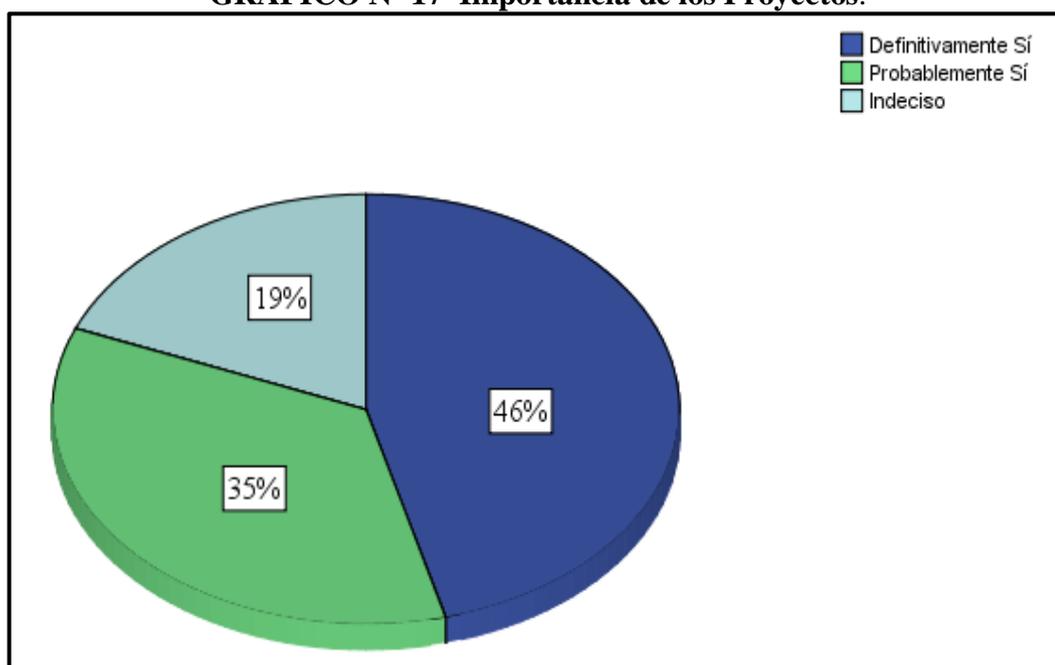
**PREGUNTA # 12.** ¿Considera importante realizar Proyectos para el crecimiento de la empresa?

**TABLA N° 20 Importancia de los Proyectos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Definitivamente Sí	56	46%
	Probablemente Sí	43	35%
	Indeciso	23	19%
<b>Total</b>		<b>122</b>	<b>100%</b>

Fuente: Importancia de los Proyectos.  
Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

**GRÁFICO N° 17 Importancia de los Proyectos.**



Fuente: Importancia de los Proyectos.  
Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque

Del total de encuestados manifiesta en un porcentaje que definitivamente si se realice proyectos para el crecimiento de la empresa, pero en menor valor expone que probablemente si se cumpla con proyectos pero en un mínimo porcentaje dice que están indecisos.

### **3.3. CONCLUSIÓN.**

1. Según los resultados de la encuesta demuestra que los directivos de la compañía Maxicity S.A. tiene una gran debilidad en desarrollar las actividades de la empresa con eficiencia, esto se debe a causa de la deficiencia en la comunicación de los departamentos, también es por efecto a que realiza una administración empíricamente, además la falta de políticas y reglamentos hace que la empresa se debilite y no pueda competir en los mercados.
2. Las actividades administrativas son realizadas de manera empírica, por tal razón, Maxicity S.A. necesita un direccionamiento estratégico, que les permita organizar tareas y funciones, a su vez generar el trabajo en equipo, con la finalidad de promover estrategias para su propia superación empresarial. La carencia de Misión, Visión y Valores empresariales hace que los involucrados de la compañía Maxicity S.A. no tenga bien establecido hacia donde se quiere llegar en el futuro de la misma, la creación del direccionamiento estratégico hace que la empresa se proyecte mejor en un futuro porque ya se tiene establecida hacia donde se quiere llegar.
3. En la empresa existe varias debilidades y la más relevante es la falta de comunicación entre los departamentos, así mismo la inexistencia de políticas y reglamentos para los involucrados de la institución, esto se debe a que los directivos trabajan empíricamente porque no tienen conocimientos de cómo manejarla.
4. Se determinó que en Maxicity S.A. posee ausencia de programas de capacitación en las diversas áreas de la empresa para los colaboradores, tanto en la parte administrativa, en el departamento de producción, así como en el área de venta y comercialización por parte de los directivos de la compañía.

### **3.4. RECOMENDACIONES.**

1. Se invita a los directivos e involucrados de la empresa Maxicity S.A. que se implemente un plan estratégico que ayudará al buen manejo de la misma, teniendo en claro cuáles son sus objetivos y hacia dónde quieren llegar.
2. Dar cumplimiento de la misión, visión y valores empresariales para un buen direccionamiento de la empresa.
3. Implementación de programas de capacitación al personal de todas las áreas de la empresa Maxicity S.A. para realizar sus funciones eficazmente ayudando con los objetivos de la compañía.
4. Utilizar los factores fuertes que ayudan a la empresa, utilización de las debilidades para transformarlas en fortalezas para la empresa.
5. Implementación de proyectos de publicidad a beneficios de la empresa, para que esta sea reconocida en el mercado local.
6. Se debe realizar un seguimiento oportuno de las actividades y objetivos que ejerce la administración ante su personal; procurando que las tareas encomendadas y las funciones se ejecuten en el tiempo establecido.
7. Promover la creación de un cronograma para las actividades mensuales, con el propósito de organizar, controlar, dirigir de manera responsable a la compañía.

## CAPÍTULO IV

### “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A. EN LA PARROQUIA SANTA ROSA DEL CANTON SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019”.

#### 4.1. PRESENTACIÓN.

En la actualidad muchas empresas tanto como grandes y pequeñas optan por la implementación de planes estratégicos esto se debe que se han convertido en herramientas primordiales para el desarrollo y crecimiento económico y social de las organizaciones.

**GRÁFICO N° 18 Instalaciones de Maxicity S.A.**



**Fuente:** Instalaciones de Maxicity S.A.  
**Elaborado por:** Ángela Nereise Baque Baque.

Las estrategias empresariales ayudan a las empresas a que estas se fortalezcan en el ambiente interno y externo alcanzando mayores escalas de competitividad institucional y estas a su vez sean reconocidas por ser empresas exitosa por tener filosofía corporativa, misión, visión, valores, objetivos a corto, mediano y largo plazo, que saben dónde van encaminadas y sabe cuál es su meta alcanzar en un determinado tiempo.

La propuesta de estrategias empresariales para la compañía Sociedad Anónima Maxicity S.A. guiará a los directivos (accionistas) a efectuar sus actividades de forma planificada y organizada, y además crear estrategias que les permitan obtener resultados positivos para el cumplimiento de los objetivos planteados, la empresa tendrá misión, visión, políticas, programas y planes de acción que llevaran al cumplimiento de las metas institucional.

Con el presente trabajo realizado se tiene como expectativas la orientación clara y concisa hacia los involucrados de la compañía Maxicity S.A. que permite que cada uno de ellos colabore con el fortalecimiento del cumplimiento y desarrollo del plan estratégico diseñado para la misma, esto es beneficioso para mejorar la gestión administrativa y así poder competir en el mercado empresarial.

#### **4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.**

El presente documento de investigación para la compañía Maxicity S.A. se realiza con la finalidad de dar a conocer la importancia del plan estratégico dentro de la empresa, que es un factor fundamental para el desarrollo y mejoramiento de la gestión administrativa de la misma, ya que los involucrados desconocen del direccionamiento estratégico, el análisis situacional (interno y externo), las estrategias que se deben implementar de acuerdo a las necesidades que se tienen, los directivos quieren seguir compitiendo en el mercado y para esto se debe implementar un plan estratégico.

El plan estratégico o también llamado estrategias empresariales aportarán con soluciones a corto, mediano y largo plazo, estableciendo una adecuada organización, esta herramienta también ayudara a la correcta administración de Maxicity S.A. mediante capacitaciones constante a los involucrados y principalmente en la satisfacer a los clientes ofreciéndoles producto y servicio de primera calidad ya que ellos son partes de la empresa.

#### **4.3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN.**

La compañía anónima Maxicity S.A. Dedicada a la venta por mayor y menor de productos de la pesca y prestación de servicios de frigorífico, ubicada en territorios ecuatorianos, específicamente en la región costa, provincia 24 Santa Elena, cantón Salinas, parroquia Santa Rosa, creada el 06 de mayo del año 2010.

**GRÁFICO N° 19 Logo y Eslogan de Maxicity S.A.**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 21 Datos de Identificación de Maxicity S.A.**

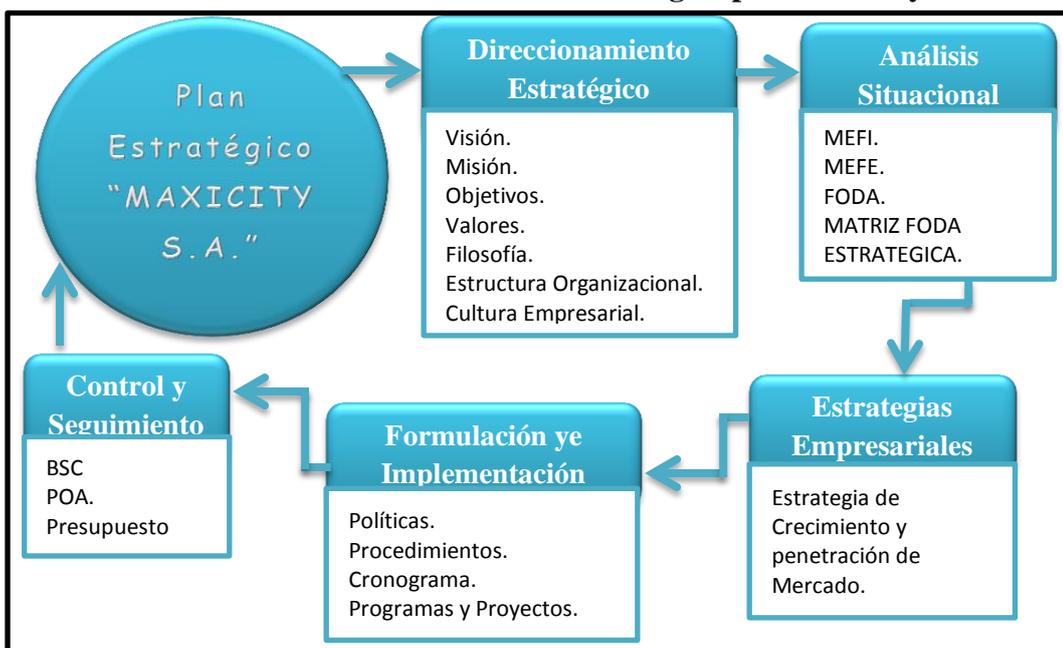
<b>Empresa:</b>	Maxicity S.A.
<b>Actividad:</b>	Venta al por mayor y menor de productos del mar (pampano, botella y servicio de frigorífico).
<b>Dirección:</b>	Ciudadela la Italiana, Puerto 29, Solar 06, junto a la empresa Hermapez S.A.
<b>Números de Colaboradores:</b>	12 miembros.
<b>Gerente General:</b>	Lcdo. Jorge Geovanny Orrala Moreno.
<b>Presidenta:</b>	Mirella Estela Soriano Plúas.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.4. MODELOS DE PLAN ESTRATÉGICO.

Para la elaboración de una estrategia empresarial el modelo de plan estratégico se tomó en cuenta a los autores de planes estratégicos como Tom Lamber y Kauffman González y este plan es estructurado en base a la necesidad de la empresa Maxicity S.A.

**GRÁFICO N° 20 Modelo de Plan Estratégico para Maxicity S.A**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

El modelo de plan estratégico permite que la compañía utilice positivamente sus fortalezas con el objetivo de aprovechar sus oportunidades y reducir a un minúsculo porcentaje el impacto de las amenazas que acechan a la empresa y esta pueda lograr sus objetivos planteados.

#### **4.5. COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICOS.**

Los componentes de la planificación estratégica comprenden grandes elementos esenciales que permite que la empresa Maxicity S.A. pueda cumplir con sus objetivos empresariales para estar en la vanguardia competitiva, es decir ser cada día mejores que la competencia..

##### **4.5.1. Direccionamiento estratégico.**

###### **4.5.1.1. Filosofía.**

La Compañía Maxicity S.A. tiene como filosofía brindar a la comunidad en general productos del mar y servicio de primera (calidad y económico), el cual es fundamentado en el trabajo en equipo de sus integrantes aportando a la responsabilidad social de la empresa.

###### **4.5.1.2. Visión.**

Ser una compañía líder en el mercado a nivel nacional, por su calidad y capacidad innovadora en ofrecer productos mariscos y servicios de congelación, manteniendo altos grados de satisfacción y fidelidad en nuestros clientes del mercado empresarial, así como usuario en general. Nuestro compromiso profesional es ser confiable, eficientes y competentes.

#### **4.5.1.3. Misión.**

Maxicity S.A. es una empresa dedicada a la comercialización de productos mariscos y servicios de frigorífico de excelente calidad, otorgando a los clientes en general productos óptimos, contando con elementos humanos calificados y equipos sofisticados permitiendo actuar con responsabilidad social, contribuyendo al desarrollo Socio-Económico del sector pesquero.

#### **4.5.1.4. Objetivos.**

##### **Objetivo General:**

Incrementar la comercialización de productos del mar y servicio de frigorífico mediante la aplicación de estrategias empresariales adecuadas, para obtener un margen de utilidad que garantice la solidez financiera y crecimiento sostenible de Maxicity S.A.

##### **Objetivos Específicos:**

- ✚ Identificar las necesidades del personal para determinar la preparación del talento humano mediante capacitación y motivación, para así promover la productividad laboral.
  
- ✚ Mejorar la estructura organizacional con la finalidad de establecer las funciones de los colaboradores.
  
- ✚ Aplicar las estrategias empresariales para permitir el cumplimiento de los objetivos y un adecuado direccionamiento que permita incrementar sus ingresos.

- ✚ Analizar la situación de la empresa Maxicity S.A. para determinar sus falencias.
- ✚ Ejecutar acciones correctivas para la optimización de los procesos operativos.

#### 4.5.1.5. Metas.

- ✚ Lograr mejorar la gestión administrativa de la compañía anónima Maxicity S.A. en un 90% contando con estrategias oportunas.
- ✚ Incrementar el número de clientes potenciales para aumentar nuestra participación en el mercado, ofreciéndoles productos de calidad.
- ✚ Optimizar los recursos materiales, insumos y financieros en un 95%, contando con presupuestos detallados para cada actividad.
- ✚ Cerramiento adecuado para mayor seguridad de la compañía Maxicity S.A.

#### 4.5.1.6. Valores.

La compañía Maxicity S.A. a fin de fortalecer la gestión administrativa tiene como valores primordiales los siguientes:

- ✚ **Responsabilidad Social:** Cumplimiento de las tareas, compromisos y obligaciones con la comunidad mediante el respeto al medio ambiente tomando en consideración el impacto ecológico.
- ✚ **Confiabilidad:** Ofrecer a nuestros clientes la certeza de ser una empresa que brinda un servicio y producto confiable.
- ✚ **Trabajo en Equipo:** El trabajar unidos nos permitirá conocer nuestras funciones, involucrarnos y sentirnos parte de la empresa, para así ofrecer un mejor producto y servicio.

#### **4.5.1.7. Estructura organizacional y órgano funcional.**

**Presidente:** El Presidente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la compañía, entre sus actividades está dirigir las sesiones de la asamblea general, planear, organizar, dirigir y controlar todas y cada una de las actividades de la empresa, también deberá cumplir las disposiciones adoptadas por la asamblea en cada reunión, exigir y vigilar el cumplimiento de los estatutos y reglamentos.

##### **Perfil.**

- ✚ Edad de 25 años en adelante
- ✚ Debe tener capacidad de liderazgo y trabajo en equipo.
- ✚ Habilidad para tomar decisiones
- ✚ Iniciativa propia y capacidad para resolver problemas
- ✚ Dinámico, extrovertido y organizado.

**Gerente General:** es nombrado por la junta de accionista de la empresa, cuya función es tomar decisiones como políticas, ejerciendo máxima autoridad y responsabilidad garantizando el cumplimiento en los programas de acción de Maxicity S.A.

##### **Perfil.**

- ✚ Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- ✚ Capacidad de coordinar grupos de trabajo.
- ✚ Experiencia en actividades del puesto o en administración.

**Secretaria:** es la encargada de recolectar y procesar información que respalda a la actividad de la empresa Maxicity S.A., digitaliza y realiza informes semanal, mensual y anual, para establecer el porcentaje de la producción de dicha compañía.

### **Perfil.**

- ✚ Manejo de software informáticos como Microsoft office: Word, Excel, etc...
- ✚ Experiencia laboral mínimo de un año.
- ✚ Estudios superiores en carreras afines en administración de empresas.
- ✚ Habilidad para redactar cartas o documentos empresariales.
- ✚ Ser honesta y confiable.
- ✚ Ser eficiente y eficaz en sus labores.

**Departamento Administrativo:** en esta dirección se encarga de realizar las respectivas planificaciones para gestionar las actividades que se realiza en la empresa Maxicity S.A., dentro de las funciones se encuentra la creación de programas, proyectos, administración y elección de los recursos, diagnosticar la situación de los procesos y retroalimentación, informes semanales y mensuales sobre el cumplimiento de las actividades de la compañía y sobre todo de la venta del producto.

### **Perfil.**

- ✚ Capacidad de toma de decisiones para favorecer a la empresa.
- ✚ Poseer don de mando.
- ✚ Experiencia en puestos afines.
- ✚ Poseer don de liderazgo.
- ✚ Capacidad de trabajar a presión.
- ✚ Estudios Superiores.

**Departamento Financiero:** esta dirección está encargada del manejo correcto y adecuado de los recursos financieros (capital económico) que se mueve proporcionalmente mediante el cumplimiento de la actividad empresarial de Maxicity S.A. dentro de las funciones que tiene este departamento es realizar presupuesto y reportes mensuales, sobre los desembolsos y ganancias que genera la compañía.

**Perfil.**

- ✚ Estudios profesionales con título CPA.
- ✚ Experiencia mínima de dos años.
- ✚ Competencias técnicas en las áreas de contabilidad y finanzas.
- ✚ Profesional, confiable y proactivo.
- ✚ Capacidad de sistematizar el proceso contable.

**Contador:** El contador general es el responsable de la planificación, organización y coordinación de todo lo relacionado con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización. Establece y coordina las políticas del área de contabilidad asegurándose que estas se cumplan a cabalidad.

**Perfil.**

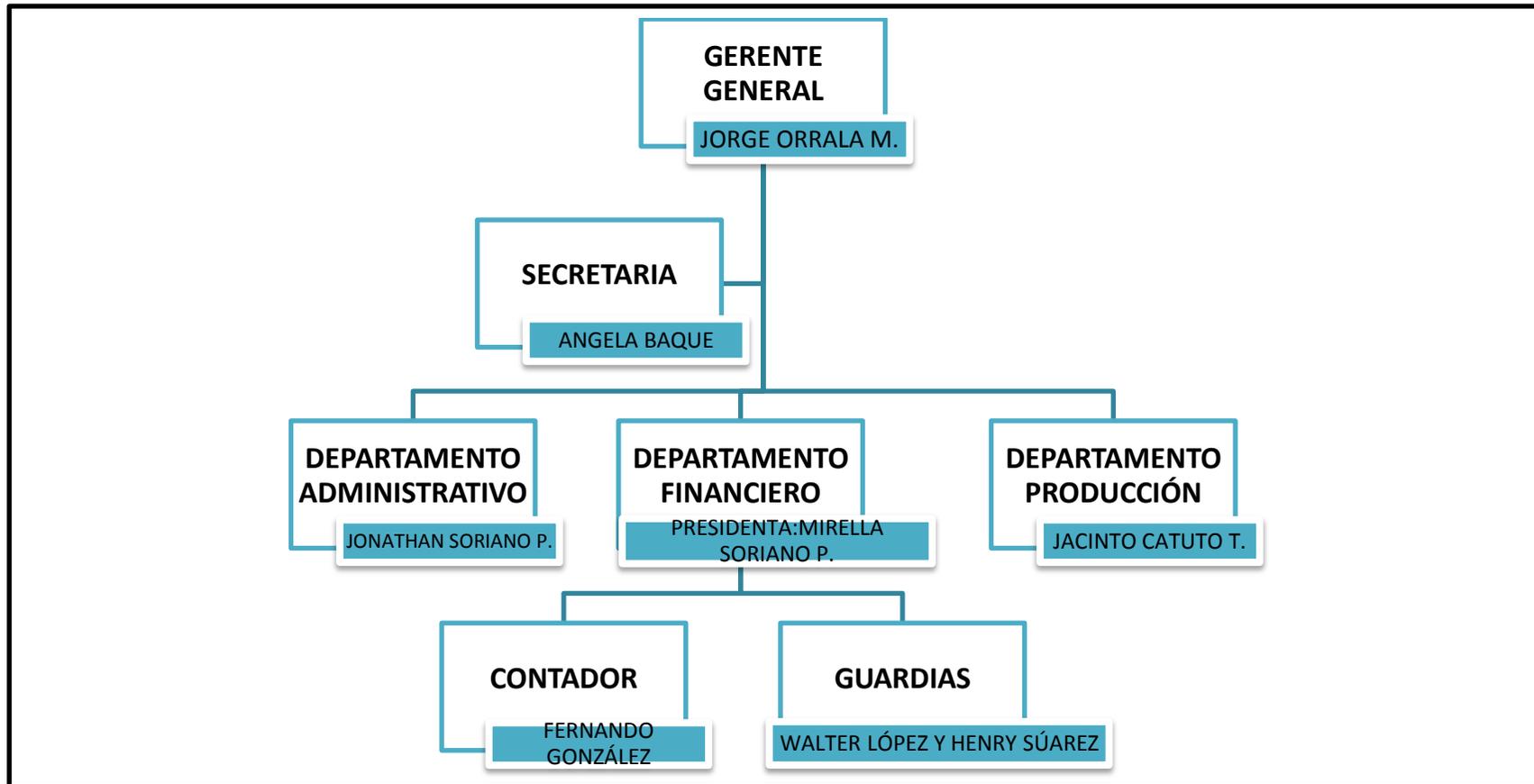
- ✚ Debe ser una persona responsable.
- ✚ Debe tener iniciativa y ser analítico.
- ✚ Debe procurar buena organización.

**Departamento de Producción:** este se encarga de la actividad de la empresa en procesar el pescado mediante la clasificación, para el respectivo congelado tanto como para el pampano y botella (carnada) y también prestar el servicio de frigorífico. Dentro de las funciones de este departamento está el control de calidad del producto, selección del personal para su respectiva área, realizar informes semanales del stock del producto que se tiene almacenado.

**Perfil.**

- ✚ Alto grado de liderazgo. Indispensable don de mando, buena comunicación.
- ✚ Habilidad y conocimiento en pesca blanca, control y supervisión de las actividades.
- ✚ Nivel de estudio., título de tercer nivel en biología marina y en administración.

**GRÁFICO N° 21 Estructura Organizacional de Maxicity S.A.**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.1.8. Análisis situacional.

El análisis de la situación actual de la empresa Maxicity S.A. es compuesto por los medios internos y externo, en los cuales los diferentes componentes permitieron tener un idea más clara de cuáles son las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para sustentar una propuesta estratégica que permita el crecimiento y mejoramiento administrativo de la compañía.

**TABLA N° 22 Análisis Situacional Factor Interno.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<input type="checkbox"/> 1.- Infraestructura amplia.	<input type="checkbox"/> 1.- Ausencia de un Plan Estratégico.
<input type="checkbox"/> 2.- Excelencia y compromiso con los clientes.	<input type="checkbox"/> 2.- Falta de Capacitación al Personal.
<input type="checkbox"/> 3.- Productos de calidad.	<input type="checkbox"/> 3.- Bajo Control de Inventario.
<input type="checkbox"/> 4.- Talento humano dispuesto al cambio.	<input type="checkbox"/> 4.- Gestión Administrativa Deficiente.
<input type="checkbox"/> 5.- Capacidad Negociadora.	<input type="checkbox"/> 5.-Carencia de Trabajo en Equipo .
	<input type="checkbox"/> 6.-Falta de Proyectos de Responsabilidad Social.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 23 Análisis Situacional Factor Externo.**

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<input type="checkbox"/> 1.- Créditos bancarios. <input type="checkbox"/> 2.- Alianzas estratégicas con otras empresas del sector pesquero. <input type="checkbox"/> 3.- Convenios con organismos estatales. <input type="checkbox"/> 4.- Adquisición de tecnología. <input type="checkbox"/> 5.- Nuevas leyes de exportación.	<input type="checkbox"/> 1.- Nuevos competidores. <input type="checkbox"/> 2.- Economía y Políticas del país (inestables). <input type="checkbox"/> 3.- Aumento de precios de los insumos. <input type="checkbox"/> 4.- Vedas de los marisco. <input type="checkbox"/> 5.- Factor Climático.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.3.1. Mefi

La matriz de evaluación del factor interno de la empresa Maxicity S.A. se detectó los siguientes componentes tanto como fortalezas y debilidades donde se establece si la compañía es fuerte o débil.

**TABLA N° 24 Matriz de Evaluación del Factor Interno.**

Factores críticos para el éxito.	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>FORTALEZAS.</b>			
1.- Infraestructura amplia.	0,15	4	0,60
2.- Excelencia y compromiso con los clientes.	0,12	3	0,36
3.- Productos de calidad.	0,10	4	0,40
4.- Talento humano dispuesto al cambio.	0,10	3	0,30
5.- Capacidad Negociadora.	0,10	4	0,40
<b>DEBILIDADES.</b>			
1.- Ausencia de un Plan Estratégico	0,15	2	0,30
2.- Falta de capacitación al personal.	0,10	1	0,10
3.- Bajo control de inventario	0,05	1	0,05
4.- Carencia de trabajo en equipo.	0,08	2	0,16
5.- Falta de proyectos de Responsabilidad Social.	0,05	2	0,10
	<b>1,00</b>		<b>2,77</b>

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

En el cuadro de la matriz Mefi se puede apreciar que el total ponderado es de 2,77 esto significa que la empresa Maxicity S.A. es fuerte internamente el cual a su vez manifiesta que por medio de una planificación tendrá excelentes beneficios para la misma, se considera que sus debilidades vayan fortaleciendo para poder crear proyectos factibles.

#### 4.5.3.2. Mefe.

Dentro de la matriz de evaluación del factor externo se detectaron los componentes de oportunidades y amenazas que puede favorecer o afectar en crecimiento y desarrollo de la empresa Maxicity S.A.

**TABLA N° 25 Matriz de Evaluación del Factor Externo.**

Factores críticos para el éxito.	Peso	Calificación	Total Ponderado
<b>OPRTUNIDADES.</b>			
1.- Créditos bancarios.	0,15	4	0,6
2.- Alianzas estratégicas con otras empresas del sector pesquero.	0,12	3	0,36
3.- Convenios con organismos estatales.	0,12	4	0,48
4.- Adquisición de tecnología.	0,10	3	0,3
5.- Nuevas leyes de exportación.	0,10	3	0,3
<b>AMENAZAS.</b>			
1.- Nuevos competidores.	0,10	2	0,2
2.- Economía y Políticas del país.	0,06	3	0,18
3.- Aumento de precios de los insumos.	0,10	2	0,2
4.- Vedas de los marisco.	0,10	3	0,3
5.- Factor Climático.	0,05	1	0,05
	<b>1,00</b>		<b>2,97</b>

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

La matriz Mefe muestra en valor total ponderado la cantidad de 2,97 esto significa que la empresa Maxicity S.A. se mantiene firme a pesar de las barreras que le impiden estar a la vanguardia de la competitividad del mercado local.

#### 4.5.3.3. Foda (matriz estratégica).

**TABLA N° 26 Estratégico Maxicity S.A.**

<b>MATRIZ ESTRATEGICO FODA</b>		
	<b>FORTALEZAS - F.</b> 1.- Infraestructura amplia. 2.- Excelencia y compromiso con los clientes. 3.- Productos de calidad. 4.- Talento humano dispuesto al cambio. 5.- Capacidad Negociadora.	<b>DEBILIDADES - D.</b> 1.- Ausencia de un Plan Estratégico 2.- Falta de capacitación al personal. 3.- Bajo control de inventario 4.- Carencia de trabajo en equipo. 5.- Falta de proyectos de Responsabilidad Social.
	<b>OPORTUNIDADES - O.</b> 1.- Créditos bancarios. 2.- Alianzas estratégicas con otras empresas del sector pesquero. 3.- Convenios con organismos estatales. 4.- Adquisición de tecnología. 5.- Nuevas leyes de exportación.	<b>ESTRATEGIAS - F.O.</b> 1.- Mejorar la imagen externa mediante la construcción del cerramiento de las instalaciones del frigorífico (F1-O1) 2.- Adquirir un software contable para el área administrativa. (F4-O2)
<b>AMENAZAS - A.</b> 1.- Nuevos competidores. 2.- Economía y Políticas del país (inestables). 3.- Aumento de precios de los insumos. 4.- Vedas de los mariscos. 5.- Factor Climático.	<b>ESTRATEGIAS - F.A.</b> 1.- Diseñar un plan de mercadotecnia para posicionar a la empresa como una de las mejores a nivel local.(F3-A1) 2.- Buscar nuevos nichos de mercado para comercializar la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos evitando pérdidas económicas.(A2-F5)	<b>ESTRATEGIAS - D.A.</b> 1.- Crear un programa de evaluación de desempeño para motivar al personal para que labore eficientemente. (D4-A1) 2.- Implementar un control de inventarios de los productos mariscos que comercializa Maxicity S.A. para mejorar la productividad. (D3-A4-A5)

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.3.4. Análisis de porter.

- ✚ **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** la empresa Maxicity S.A., ejerce su actividad económica en un sector muy competitivo, donde las barreras de entradas de nuevos competidores son muy fuertes, esto hace que la compañía antes mencionada trate de innovar en el servicio que ofrece, mejorando la calidad y presentación del producto, así de esta manera fortaleciendo el incremento de la fidelidad hacia la institución.
  
- ✚ **Poder de negociación de los compradores o cliente:** Maxicity S.A. se preocupa para que sus colaboradores presten un excelente servicio a los clientes porque son parte fundamental para la existencia de la empresa, sus principales clientes son los pescadores artesanales del puerto Santa Rosa, empresarios dedicado a la compra y venta de productos del mar del mismo puerto, y empresas medianas ubicadas en el Guayaquil (Pacfish S.A. , Acquitermi S.A., Expansioncorp S.A., Bazar China, Pesquera Peralta S.A. etc..) quienes adquieren el producto (pampano congelado) para exportación.
  
- ✚ **Amenazas de productos sustitutos:** en la actualidad existen un sin número de productos sustituto en cuanto a la carnada (botella) que manejan los pescadores artesanales del puerto Santa Rosa como es el calamar y el escolar. En cuanto a productos como el pampano es suplantado por la hojita, carita o el puerquito. La empresa Maxicity S.A. establece estrategias en cuanto a la presentación del producto para mantener la fidelización de los clientes.
  
- ✚ **Poder de negociación con los proveedores:** la empresa Maxicity S.A. posee un sin número de proveedores comerciantes de pesca al por mayor y menor (Guillen Sebastián, Molina Narcilio, Ramírez Lorenzo, Bermeo Gonzalo, Vera Claudia, Vélez Luis, Jorge Quijije, Oscar Tóala, Oscar González, entre otros proveedores).

También mantiene a proveedores de materiales indirectos como son los cartones, fundas, cinta de embalajes, sistema de seguridad, hielo en marqueta, Suministro de Limpieza, etc. (Eloy Peña, Ensocorp S.A., Báez Jimmy, Rodríguez Hernán, Anamacorp S.A., Pisco Víctor, Constante Liborio, entre otros).

✚ **Rivalidad con los competidores:** para la empresa Maxicity S.A. es muy difícil querer competir en un mercado o un segmento donde los competidores están muy bien posicionados, pues contantemente estará enfrentada a guerra de precios, campaña publicitarias agresivas, promocionales y entrada de nuevos productos que impedirán que la empresa crezca en mercado. Dentro de sus principales competidores están las siguientes empresas como Docapes S.A., Promarosa Cía. Ltda., Corinto S.A., entre otros.

**GRÁFICO N° 22 Las 5 Fuerzas de Porter en Maxicity S.A.**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.3.5. Cadena de valor.

**Actividades de Apoyo:** Las labores de apoyo sirven para mejorar el proceso productivo de la empresa Maxicity S.A. como son las siguientes:

- ✚ Consecución de fondos a bajo coste para financiar inversiones.
- ✚ Administración de los insumos.
- ✚ Entorno de Trabajo de calidad.
- ✚ Incentivos para motivar al personal.
- ✚ Instalaciones y equipos dotados de la técnica más moderna.
- ✚ Suministro de materias primas.
- ✚ Desarrollo de relaciones de colaboración ganar-ganar con los proveedores.
- ✚ Análisis y selección de fuentes alternativas de materiales.

**Actividades Primarias:** Sin las siguientes tareas principales no existiría la sociedad anónima Maxicity S.A., porque estas son la razón de ser de la empresa.

- ✚ Logística interna (ubicación de las instalaciones de recepción de materias).
- ✚ Excelentes materiales y control de inventario.
- ✚ Planta de producción eficientes para minimizar costos.
- ✚ Sistema de control y calidad en la producción para reducir los costes y elevar la calidad.
- ✚ Procesos eficientes de almacenaje de productos terminados.
- ✚ Estrategias eficaces de precios.

#### 4.5.3.6. Matriz bcg.

**GRÁFICO N° 23 Matriz Bcg.**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

Como se puede observar en el gráfico n° 25, como producto estrellas se encuentra el pampano congelado que es para exportación, este artículo se ubica en este cuadrante porque representa las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad para la empresa Maxicity S.A.

En el cuadrante interrogante se encuentra el servicio de frigorífico porque es una actividad económica nueva que se ha implementado en la compañía pues ocupa una posición en mercado que abarca una parte relevante pequeña, pero compiten en la industria de gran crecimiento.

En el cuadrante de vacas lecheras se encuentra la carnada (botella) que tiene una gran parte relativa del mercado pero que compiten en industria de escaso crecimiento, es decir este producto genera más dinero del que se necesita.

El cuadrante perro se encuentra ubicado otros tipos de marisco como la ñata, morenillo, corbata, albacora, bonito entre otros productos del mar que estos son productos que se ofrecen por pedidos del clientes es decir son productos nuevos que compiten en el mercado local.

#### **4.5.3.7. Matriz de Posición (peyea).**

##### **Conclusión:**

El promedio para la ventaja competitiva (VC) = -3,25

El promedio para la Fortaleza Industrial (FI) = 4,25

El Promedio para la Estabilidad Ambiental (EA) = -2,50

El promedio para el Factor Financiero (FF) = 2,75

$$\color{red}{\oplus} \text{ Vector del Eje "X"} = VC + (FI) = -3,25 + (4,25) = 1,00$$

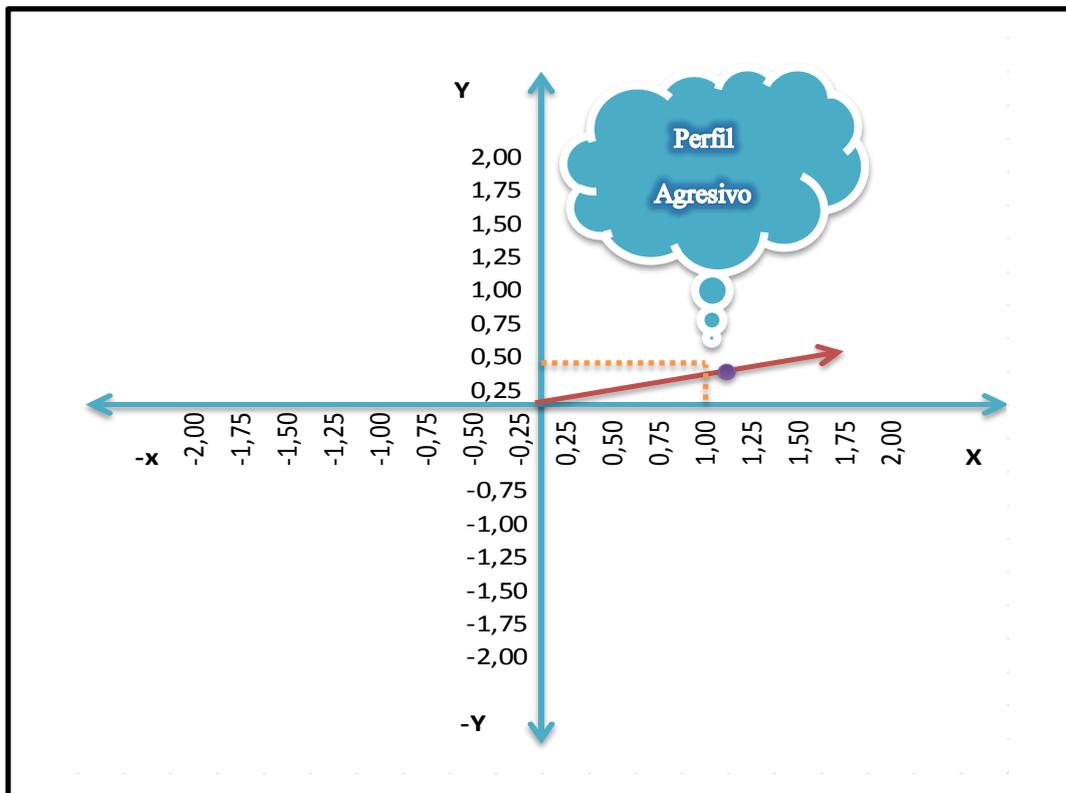
$$\color{red}{\oplus} \text{ Vector del Eje "Y"} = EA + (FF) = -2,50 + (2,75) = 0,25$$

**TABLA N° 27 Matriz Peyea.**

<b>POSICIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PROMEDIO</b>
<b>FORTALEZA FINANCIERA (FF)</b>		
Precios competitivos	5	1,25
Capital de trabajo	2	0,50
Liquidez financiera	2	0,50
Facilidad expansión del mercado	2	0,50
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>2,75</b>
<b>FORTALEZA DE LA INDUSTRIA (FI)</b>		
Empresa con mayor comercialización	3	0,75
Aprovechamiento de recursos	4	1,00
Potencial de crecimiento	5	1,25
Productividad, aprovechamiento de la capacidad	5	1,25
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>4,25</b>
<b>ESTABILIDAD DEL AMBIENTE (EA)</b>		
Cambios tecnológicos	-2	-0,50
Variabilidad de la demanda	-2	-0,50
Escala de precios de productos competidores	-3	-0,75
Barreras para entrar al mercado	-3	-0,75
<b>Total</b>	<b>-10</b>	<b>-2,50</b>
<b>VENTAJA COMPETITIVA (VC)</b>		
Participación en el mercado	-2	-0,50
Calidad del producto	-2	-0,50
Lealtad de los clientes	-4	-1,00
Contar con varios proveedores	-5	-1,25
<b>Total</b>	<b>-13</b>	<b>-3,25</b>

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**GRÁFICO N° 24 Matriz Peyea “Maxicity S.A.”**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

En el gráfico n°24 se puede apreciar que la empresa Maxicity S.A. se encuentra en el perfil agresivo, es decir que se encuentra en excelentes condiciones de posición, siendo necesario que se diseñe estrategias que le permita competir para llegar a tener una participación eficiente en el mercado.

#### **4.5.4. Formulación estratégica.**

##### **4.5.4.1. Estrategias.**

La empresa Maxicity S.A. necesita las estrategias de crecimiento y mejoramiento que ayudaran a solucionar los problemas que presenta en la actualidad y en el futuro.

**TABLA N° 28 Tipos de Estrategias para Maxicity S.A.**

TIPO DE ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS
<b>Penetración de Mercado</b>	1.- Buscar nuevos nichos de mercado para comercializar la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos evitando pérdidas económicas.
	2.- Realizar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.
<b>Crecimiento</b>	3.- Incorporación de un Software contable para el mejoramiento administrativo de Maxicity S.A.
	4.- Mejorar los conocimientos del personal operativo y administrativo de Maxicity S.A.
	5.- Construcción del cerramiento de las instalaciones del frigorífico de Maxicity S.A.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.4.2. Cursos de acción.

 **Buscar nuevos nichos de mercado para comercializar la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos evitando pérdidas económicas.**

1. Contactar con clientes potenciales de la zona a considerar para la comercialización de los mariscos.
2. Fijar precios competitivos.

**✚ Realizar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.**

1. Dar a conocer el servicio de frigorífico y los productos a comercializar que ofrece la compañía Maxicity S.A. mediante los medios de comunicación radial.
2. Elaborar hojas volantes para que la empresa Maxicity S.A. sea reconocido por la provincia de Santa Elena.
3. Auspiciar eventos sociales, deportivos, con la finalidad de lograr un reconocimiento por parte de los clientes.

**✚ Incorporación de un software contable para el mejoramiento administrativo de la empresa Maxicity S.A.**

1. Realizar la respectiva cotización del software que se adapte a las necesidades de Maxicity S.A.
2. Adquisición del programa contable adecuado a la empresa para mejorar la eficiencia de los procesos administrativos.
3. Formalización del nuevo software hacia el talento humano para su respectiva adaptación evitando contratiempos, es decir realizando una previa inducción del software a todos los involucrados de la compañía Maxicity S.A.

**✚ Mejorar los conocimientos del personal operativo y administrativo de Maxicity S.A.**

1. Definir los temas para la respectiva capacitación del talento humano.
2. Dialogar con el SRP (Servicios de Recursos Pesqueros) para que nos facilite a un representante encargado de capacitar al personal operativo.
3. Dialogar con SECAP o UPSE para que facilite a un profesional encargado de capacitar al personal administrativo.
4. Realizar el cronograma de capacitación para los integrantes de Maxicity S.A.

**✚ Construcción del cerramiento de las instalaciones del frigorífico de la Compañía Maxicity S.A.**

1. Elaborar el proyecto de cotización de los materiales y mano de obra destinados para la construcción.
2. Buscar las posibles fuentes de financiamiento.
3. Ejecución del proyecto.

**4.5.4.3. Políticas.**

Las políticas ayudan al cumplimiento de las funciones de cada área de la empresa. A continuación se detallan las políticas de Maxicity S.A.:

#### **✚ Políticas del departamento Administrativo de Maxicity S.A.**

- ✚ Utilizar eficientemente los recursos materiales y económicos.
- ✚ Contratar personal idóneo para cada área.
- ✚ Realizar evaluación de desempeño cada cierto periodo para mejorar la productividad.
- ✚ Capacitación permanente del talento humano de Maxicity S.A.

#### **✚ Políticas del departamento Financiero.**

- ✚ Realizar los registros contables de acuerdo a las normas NIIF del Ecuador.
- ✚ Administrar los recursos financieros de la compañía, de manera eficiente y segura.
- ✚ Llevar un registro del control de documentos soportes de salidas e ingresos de efectivo o cheques.

#### **✚ Políticas del Departamento de Producción.**

- ✚ Capacitación al talento humano con el objetivo de que tenga un mejor rendimiento laboral.
- ✚ Llevar un control de calidad de los productos que ofrece la empresa.
- ✚ Motivar el trabajo en equipo para obtención de resultados favorables para la empresa.

#### **4.5.4.4. Procedimientos.**

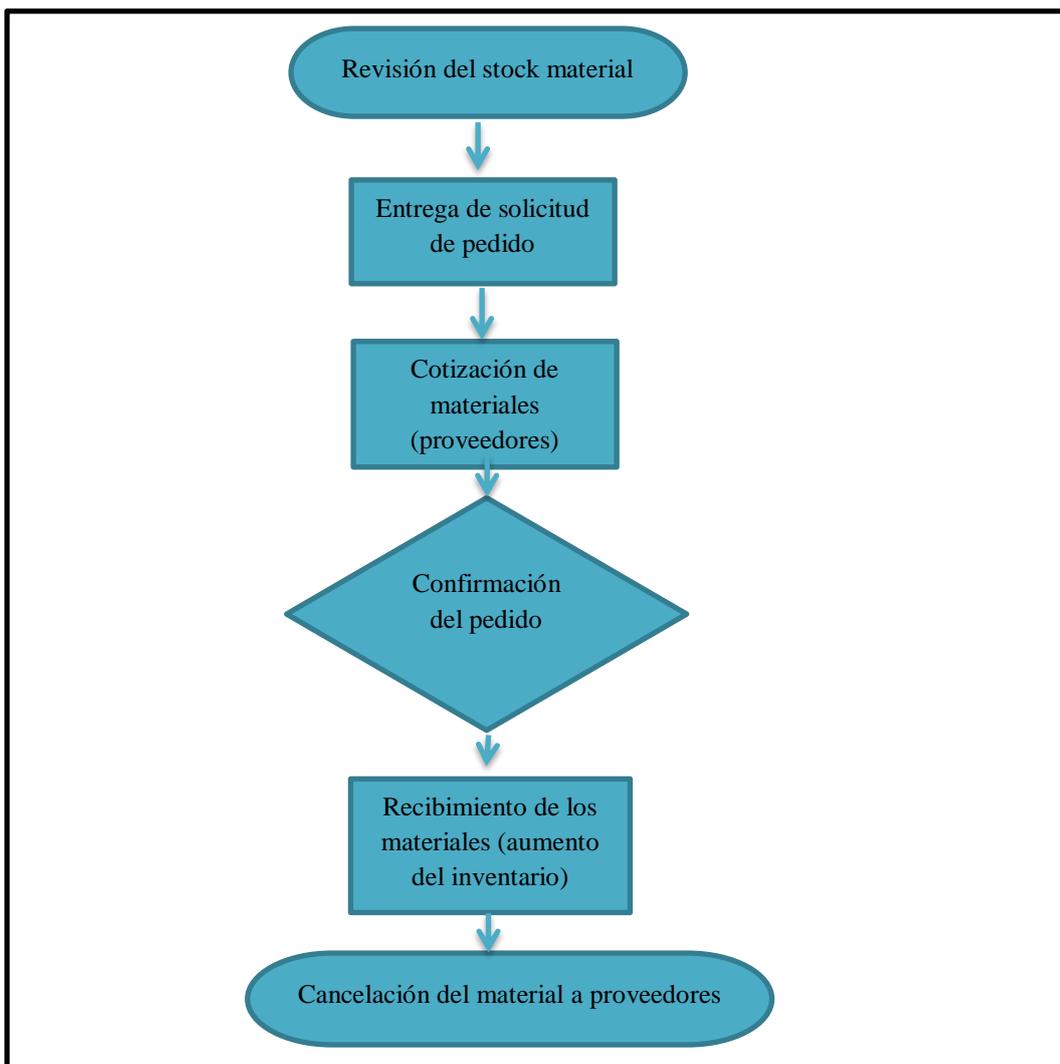
Los procedimientos son pasos en secuencias que se deben realizar para cada actividad que se desarrolle en la empresa, a continuación se muestran la siguiente manera de laborar Maxicity S.A.:

**TABLA N° 29 Procedimientos de Proveedores.**

Encargados de realizar el pedido de los materiales indirectos que ayudan a dar un buen producto de calidad		
RESPONSABLES		ACTIVIDADES
<b>Jefe de Producción.</b>	<b>1</b>	Revisar el inventario (stock) de materiales
	<b>2</b>	Realizar un solicitud de pedido de materiales
<b>Departamento Administrativo.</b>	<b>3</b>	Cotización de materiales (proveedores) y verificación de calidad.
	<b>4</b>	Se llama al proveedor de materiales para realizar el respectivo pedido.
<b>Departamento Financiero.</b>	<b>5</b>	Al tercer día del respectivo pedido llega la mercadería, se les cancela con cheque (departamento financiero)

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**GRÁFICO N° 25 Diagrama del Proceso de Proveedores.**



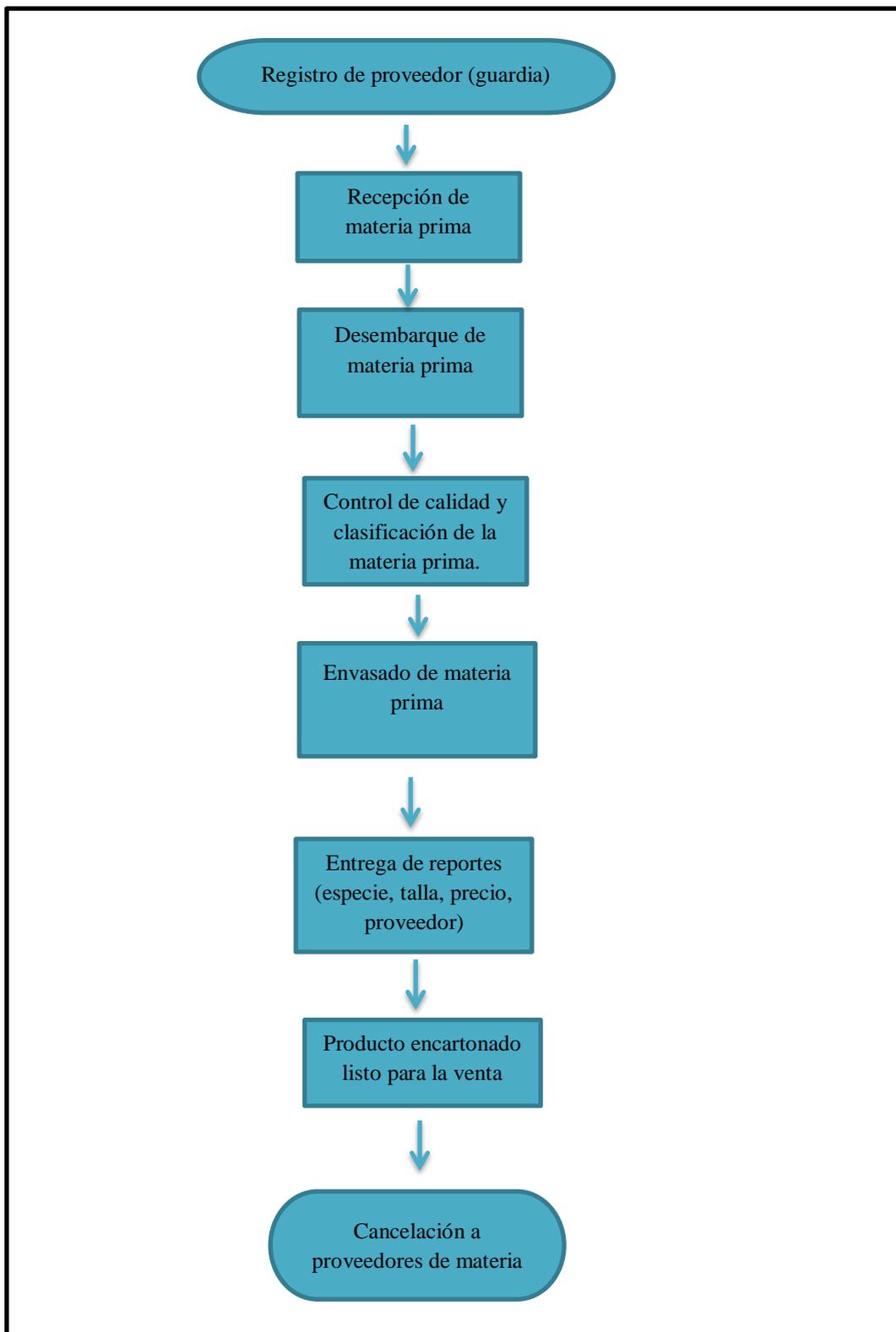
Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 30 Procedimientos de Producción.**

Encargados de realizar el producto y servicio de calidad:		
RESPONSABLES		ACTIVIDADES
<b>Guardia de Seguridad.</b>	<b>1</b>	Bitácora de proveedores según pesca a entregar
<b>Departamento de producción</b>	<b>2</b>	Recepción de la materia prima de cada proveedor (llegan camionetas).
	<b>3</b>	Desembarque de la materia prima.
	<b>4</b>	Clasificación de los productos según talla y peso (control de calidad).
	<b>5</b>	Se realiza el respectivo envasado del producto en latas(moldes)
	<b>6</b>	Entrega del reporte del número de productos donde se clasifican el tipo de producto, talla, precio.
	<b>7</b>	Al día siguiente el producto congelado se desmolda para ser encartonada y así estar listo para la venta.
<b>Departamento Financiero</b>	<b>8</b>	Cancelación a proveedores de materia prima.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**GRÁFICO N° 26 Diagrama del Proceso de Producto.**



Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.4.5. Programas

**Programa 1 Diseñar un plan de mercadotecnia para incursionar en nuevos nichos de mercado y posicionar los productos marisco que oferta Maxicity S.A.**

**TABLA N° 31 Programa 1.**

programas	objetivos	Horas	Periodo	Responsables	Dirigido A.	Beneficios	Contenido del Programa.
<b>Diseñar un plan de mercadotecnia para incursionar en nuevos nichos de mercado y posicionar los productos marisco que oferta Maxicity S.A.</b>	Incrementar la comercialización de los productos mariscos a través de un plan de mercadotecnia para obtener la máxima rentabilidad posible	4 Horas a la Semana	Desde Septiembre 2015 Hasta Diciembre 2015.	Directivos de Maxicity S.A. (Geovanny Orrala y Mirella Soriano)	involucrados de Maxicity S.A.	*Mayor rendimiento financiero. *Estabilidad en el mercado. *Incremento de clientes.	*Visitar medios de comunicación *Elaborar el presupuesto.

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**Programa 2 Implementar la estructura externa de las instalaciones del frigorífico y fortalecer los conocimientos técnicos y administrativos del personal de la compañía.**

**TABLA N° 32 Programa 2**

programas	objetivos	Horas	Periodo	Responsables	Dirigido A.	Beneficios	Contenido del Programa.
Implementar la estructura externa de las instalaciones del frigorífico y fortalecer los conocimientos técnicos y administrativos del personal de la compañía.	Mejorar la imagen interna y externa mediante la construcción del cerramiento del frigorífico y las capacitaciones del personal para ofrecer un servicio de calidad.	3 Horas mensuales	Desde Septiembre 2015 Hasta Diciembre 2018.	Directivos de Maxicity S.A. (Geovanny Orrala y Mirella Soriano)	involucrados de Maxicity S.A.	*Mayor conocimiento para el talento humano de Maxicity S.A. *Mayor productividad. *Mejoramiento el rendimiento laboral. *Trabajo en equipo.	*Elaboración de presupuesto *Planificación de las capacitaciones en temas administrativos y técnicos

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### **4.5.4.6. Proyectos.**

##### **🚩 Proyecto 1.**

**Elaborar una estrategia de mercado para buscar nuevas fuentes de comercialización de la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos.**

Este proyecto se trata en realizar una planificación para buscar nuevos nichos de mercado para poder comercializar los productos en momentos difíciles que pasa la empresa cuando en el mercado local hay muchos ofertantes y pocos demandantes de producto marisco.

El proyecto antes mencionado busca incursionar en nuevos mercados como es en la Región Sierra donde es poco común comercializar productos marisco, esto a sus ves hace que la compañía Maxicity S.A. sea reconocida en el País. Para poder realizar este proyecto se necesita la disponibilidad de los directivos de la compañía y de todo el personal de Maxicity S.A.

##### **🚩 Proyecto 2.**

**Diseñar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.**

El proyecto presente apunta en realizar campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación como son las radios, periódico dando a conocer a los que se dedica la compañía Maxicity S.A.

Para que se ejecute deben estar los directivos dispuestos a invertir en este proyecto, porque les beneficiará en el incremento de clientes y por supuesto en las utilidades de la empresa.

### **Proyecto 3.**

#### **Implementación de un software contable para el mejoramiento administrativo de la empresa Maxicity S.A.**

El presente proyecto señala que para mejorar el rendimiento de la administración se debe implementar un software contable que agilite los procesos financieros, inventarios, cobros, producción de la empresa Maxicity S.A.

Al momento de ejecutar este proyecto se necesita que los directivos de la compañía estén dispuestos a adaptarse al cambio tecnológico, puesto que mejorará la gestión administrativa y beneficiará la capacidad productiva de la empresa.

### **Proyecto 4.**

#### **Mejorar las habilidades del personal operativo y administrativo de Maxicity.**

El proyecto N° 4 manifiesta en brindar capacitaciones al talento humano de la compañía, esto permitirá mejorar su desempeño laboral. Para que se desarrolle dicho proyecto los directivos de la compañía deben tener en claro que este proyecto no es un gasto sino al contrario es una inversión para la compañía, la misma generara grandes beneficios como el aumento de clientes.

### **Proyecto 5.**

#### **Proponer el mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del frigorífico de la Compañía Maxicity S.A.**

El actual proyecto manifiesta que para mayor seguridad tanto como para los clientes, directivos, talento humano, proveedores debe de realizarse el cerramiento adecuado para las instalaciones donde se encuentra los frigoríficos, cámara de mantenimiento y bodega de recepción de materiales.

**Proyecto 1 Plan de mercado para buscar nuevas fuentes de comercialización de la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos.**

**TABLA N° 33 Proyecto 1.**

Proyecto	Objetivo	Actividades	Fecha de Duración	Resultados	Responsables	Costo Total
Elaborar una estrategia de mercado para buscar nuevas fuentes de comercialización de la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos.	Buscar nuevos nichos de mercado y captar nuevos clientes para comercializar los productos mariscos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contactar con clientes potenciales de la zona a considerar para la comercialización de los mariscos.</li> <li>✓ Fijar precios competitivos.</li> </ul>	2015-2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Disminuir los productos mariscos en épocas de abundante oferta.</li> <li>✓ Empresa reconocida</li> </ul>	Directivos	\$ 3000,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**Proyecto 2 Diseñar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.**

**TABLA N° 34 Proyecto 2**

Proyecto	Objetivo	Actividades	Fecha de Duración	Resultados	Responsables	Costo Total
<b>Diseñar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.</b>	Lograr una mayor participación de mercado mediante campañas publicitarias para incremento de las utilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dar a conocer el servicio de frigorífico y los productos a comercializar que ofrece la compañía</li> <li>✓ Elaborar hojas volantes para que la empresa sea reconocido por la provincia de Santa Elena.</li> <li>✓ Auspiciar eventos sociales, deportivos, con la finalidad de lograr un reconocimiento por parte de los clientes.</li> </ul>	2015-2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incremento de la demanda</li> <li>✓ Productividad</li> <li>✓ Facilidad de crédito bancarios</li> </ul>	Directivos	\$1360,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**Proyecto 3 Implementación de un software contable para el mejoramiento administrativo de la empresa Maxicity S.A.**

**TABLA N° 35 Proyecto 3**

Proyecto	Objetivo	Actividades	Fecha de Duración	Resultados	Responsables	Costo Total
<b>Implementación de un software contable para el mejoramiento administrativo de la empresa Maxicity S.A.</b>  (Orión Plus Contable)	Lograr la eficiencia en las tareas administrativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Realizar la respectiva cotización del software que se adapte a las necesidades de Maxicity S.A.</li> <li>✚ Adquisición del programa contable adecuado a la empresa para mejorar la eficiencia de los procesos administrativos.</li> <li>✚ Formalización del nuevo software hacia el talento humano para su respectiva adaptación.</li> </ul>	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evita pérdidas de tiempo</li> <li>✓ Información oportuna y confiable</li> </ul>	Directivos	\$21.000,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**Proyecto 4 Mejorar las habilidades del personal operativo y administrativo de Maxicity S.A.**

**TABLA N° 36 Proyecto 4**

Proyecto	Objetivo	Actividades	Fecha de Duración	Resultados	Responsables	Costo Total
Mejorar las habilidades del personal operativo y administrativo de Maxicity S.A.	Mejorar los conocimientos del personal operativo y administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Definir los temas.</li> <li>+ Dialogar con el SRP para que nos facilite a un representante encargado de capacitar al personal operativo.</li> <li>+ Dialogar con SECAP o UPSE para que facilite a un profesional encargado de capacitar al personal administrativo.</li> <li>+ Realizar el cronograma de capacitación.</li> </ul>	2015-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal altamente capacitado para afrontar las situaciones que se presentan.</li> <li>✓ Solución inmediata a los problemas</li> </ul>	Directivos	\$11.500,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**Proyecto 5 Proponer el mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del frigorífico de la Compañía Maxicity S.A.**

**TABLA N° 37 Proyecto 5**

Proyecto	Objetivo	Actividades	Fecha de Duración	Resultados	Responsables	Costo Total
Proponer el mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del frigorífico de la Compañía Maxicity S.A.	Mejorar la imagen externa de las instalaciones del frigorífico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Elaborar el proyecto de cotización de los materiales y mano de obra destinados para la construcción.</li> <li>✚ Buscar las posibles fuentes de financiamiento.</li> <li>✚ Ejecución del proyecto.</li> </ul>	2015-2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seguridad laboral</li> <li>✓ Aumento de la demanda</li> </ul>	Directivos	\$20.000,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

4.5.4.7. Seguimiento y control.

**TABLA N° 38 Cuadro de Mando Integral de Maxicity S.A.**

CUADRO DE MANDO INTEGRAL											REQUIERE PLAN DE ACCIÓN (5% DE VARIACIÓN CON LA META)					CUMPLIO LO PLANIFICADO (1% DE VARIACIÓN CON LA META)					REQUIERE PLAN DE ACCIÓN (MÁS DEL 5% DE VARIACIÓN CON LA META)				
PERSPECTIVA	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	INDICADORES RESULTADOS	INDICADORES IMPULSORES	INICIATIVAS ESTRATEGICAS	METAS	CUMPLIMIENTO REAL					ALINEACION														
						2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019										
FINANCIERA	MEJORAR LA SITUACION FINANCIERA ACTUAL DE LA EMPRESA	AUMENTO DE CLIENTES	INGRESOS	BUSCAR NUEVOS NICHOS DE MERCADO PARA COMERCIALIZAR LA PRODUCCION EXCEDENTE EN	10%																				
CLIENTES	LOGRAR UNA MAYOR PARTICIPACION DE MERCADO	DEMANDA DEL PRODUCTO	CANTIDAD DE CLIENTES	REALIZAR PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	10%																				
PROCESOS INTERNOS	MEJORAR LA IMAGEN DE LA COMPAÑIA	CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE	EFICIENCIA	MEJORAR EL AREA EXTERNA DE LAS INSTALACIONES DEL FRIGORIFICO	5%																				
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	MEJORARA LAS HABILIDADES DEL PERSONAL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN ACTIVIDADES DIARIAS	NIVEL DE DESEMPEÑO LABORAL	IMPLEMENTAR SOFTWARE CONTABLES	15%																				
				CAPACITACIONES AL PERSONAL OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO	15%																				

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.4.8. Planeación operativa.

**TABLA N° 39 Plan Operativo de Maxicity S.A.**

Estrategias	Programas	Proyectos	Objetivos	Alcance	Cronograma												Indicadores	Costo Total	Financiamiento		Responsables	Involucrados	
					2015			2016			2017			2018		2019			Propio	Créditos			
					1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre							
Buscar nuevos nichos de mercado para comercializar la producción excedente en periodos de mayor oferta de los marisco evitando pérdidas	Diseñar una estrategia de mercadotecnia para incursionar en nuevos nichos de mercado y posicionar los productos marisco que oferta Maxicity S.A.	Elaborar una estrategia de mercado para buscar nuevas fuentes de comercialización de la producción excedente en periodos de mayor oferta de los mariscos.	Buscar nuevos nichos de mercado y captar nuevos clientes para comercializar los productos mariscos	Corto Plazo														INGRESO	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	Directivos	Empleados	
Realizar campañas publicitarias para logara el posicionamiento en el mercado local.		Diseñar campañas publicitarias para lograr el posicionamiento en el mercado local.	Lograr una mayor participación de mercado mediante campañas publicitarias para incremento de las utilidades	Corto Plazo															CANTIDAD DE CLIENTES	\$ 1.360,00	\$ 1.360,00	Directivos	Empleados



#### 4.5.4.8.1. Presupuesto.

**TABLA N° 40 Presupuesto de los Proyectos.**

Cant.	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	TOTAL DE COSTO POR AÑOS					Total
				2015	2016	2017	2018	2019	
1	Laptop	\$ 850,00	\$ 850,00						
1	Impresora	\$ 310,00	\$ 310,00						
4	Tintas/ Cartuchos	\$ 30,00	\$ 120,00						
5	Resmas de Hoja	\$ 4,00	\$ 20,00						
	Internet	\$ 30,00	\$ 30,00						
9	Anillados de Documentos	\$ 2,00	\$ 18,00						
6	Cd	\$ 1,00	\$ 6,00						
250	Copias	0,05	\$ 12,50						
4	Empastados	\$ 20,00	\$ 80,00						
	Servicios Básicos	\$ 50,00	\$ 50,00						
	<b>TOTAL TESIS</b>		<b>\$ 1.496,50</b>						
<b>PROYECTOS</b>									
<b>Elaborar estrategias de mercado para buscar nuevas fuentes de comercialización de la producción excedente en periodos de mayor oferta de marisco.</b>									
1	Investigación de mercado	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00				
3	Viáticos	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00				
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>				<b>\$ 3.000,00</b>
<b>Diseñar campañas publicitarias.</b>									
50	Anuncios Radiales y escrito	\$ 5,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 400,00				
100	Hojas volante	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00				
1	Página Web	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00				
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 605,00</b>	<b>\$ 605,00</b>	<b>\$ 755,00</b>				<b>\$ 1.360,00</b>
<b>Incorporación de un Software contable (Orión Plus Contable)</b>									
1	Compra del software	\$ 21.000,00	\$ 21.000,00	\$ 21.000,00					
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.000,00</b>	<b>\$ 21.000,00</b>	<b>\$ 21.000,00</b>					<b>\$ 21.000,00</b>
<b>Mejorar las habilidades del personal operativo y administrativo.</b>									
1	Capacitaciones	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	
6	Evaluaciones	\$ 250,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.300,00</b>	<b>\$ 2.300,00</b>	<b>\$ 2.300,00</b>	<b>\$ 2.300,00</b>	<b>\$ 2.300,00</b>	<b>\$ 11.500,00</b>
<b>Proponer el mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del Frigorífico.</b>									
5	Mano de Obra	\$ 2.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00				
	Material de Construcción	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00				
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>				<b>\$ 20.000,00</b>
	<b>TOTAL GENERAL PROYECTOS</b>								<b>\$ 56.860,00</b>

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

#### 4.5.4.8.2. Planeación financiera de Maxicity S.A.

La planeación financiera corresponde al reflejo de los datos numéricos de la situación económica de la empresa Maxicity S.A. a continuación se muestra los valores de los sueldo de cada integrante de la compañía que esta es esencial para la ejecución de estado de resultado, además se muestran la tabla de los insumos donde se identifican los costó fijos que mantiene la entidad.

Se muestra el estado de resultado donde se reflejan la utilidad neta para cada año proyectados, además se reflejan el grafico del flujo del efectivo donde se demuestra el movimiento del dinero circulante disponible por Maxicity S.A. que es proyectado para cada año. A continuación también se puede apreciar la amortización del prestamos que se realiza para la inversión de los proyectos propuesto.

**TABLA N° 41 Remuneración Anual del Talento Humano.**

CARGO	NUMERO DE PUESTOS		REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
Presidenta	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Contador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Secretaria	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Operarios	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Supervisor	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Gerente general	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00
TOTAL :			\$ 7.500,00	\$ 90.000,00

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 42 Insumos de Maxicity S.A.**

INSUMO	Unidad de Medida	Cantidad	Costo	
			mensual	anual
Agua	m3	30	50	600
Energia Electrica	kwh.	400	2500	30000
Telefono	Mg	200	20	240
Internet	kbits	175	40	480
TOTAL			2610	31320

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**GRÁFICO N° 27 Estado de Resultado Maxicity S.A.**

MAXICITY S.A.

RUC.: 0992681799001

**ESTADO DE RESULTADOS**

Desde el 1° de enero hasta el 31 de diciembre del:

DETALLE	año 2015	año 2016	año 2017	año 2018	año 2019
Ingresos	\$ 256.981,68	\$ 261.978,74	\$ 267.072,97	\$ 272.266,26	\$ 277.560,53
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Total Costos	\$ 126.792,67	\$ 129.258,18	\$ 131.771,63	\$ 134.333,96	\$ 136.946,11
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 130.189,01</b>	<b>\$ 132.720,56</b>	<b>\$ 135.301,34</b>	<b>\$ 137.932,30</b>	<b>\$ 140.614,42</b>
Insumos generales	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00
Gastos Administrativos	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00
Amortización (de intangibles)	\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00
Depreciación (de activos fijos)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de publicidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 32.752,01</b>	<b>\$ 35.283,56</b>	<b>\$ 37.864,34</b>	<b>\$ 40.495,30</b>	<b>\$ 43.177,42</b>
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>					
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)	\$ 6.800,00	\$ 5.830,57	\$ 4.696,33	\$ 3.369,27	\$ 1.816,61
Otros gastos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos</b>	<b>\$ 25.952,01</b>	<b>\$ 29.452,99</b>	<b>\$ 33.168,01</b>	<b>\$ 37.126,03</b>	<b>\$ 41.360,81</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 3.892,80	\$ 4.417,95	\$ 4.975,20	\$ 5.568,90	\$ 6.204,12
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 22.059,20</b>	<b>\$ 25.035,04</b>	<b>\$ 28.192,81</b>	<b>\$ 31.557,13</b>	<b>\$ 35.156,69</b>
(-) 23% Impuesto a la Renta	\$ 5.073,62	\$ 5.507,71	\$ 6.202,42	\$ 6.942,57	\$ 7.734,47
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 16.985,59</b>	<b>\$ 19.527,33</b>	<b>\$ 21.990,39</b>	<b>\$ 24.614,56</b>	<b>\$ 27.422,22</b>
<p align="center"> <hr/> Jorge Orrala Moreno  C.I.: 0918965476 </p> <p align="center"> <hr/> Ing. Fernando González Guzman  Contador Federado  Reg. Nac. # 0.18063 </p>					

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

### GRÁFICO N° 28 Flujo de Caja Maxicity S.A.

MAXICITY S.A. RUC.: 0992681799001 Flujo de Caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>		\$ 256.981,68	\$ 261.978,74	\$ 267.072,97	\$ 272.266,26	\$ 277.560,53
Ingresos por venta de maquinaria de remplazo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Total Costos		\$ 126.792,67	\$ 129.258,18	\$ 131.771,63	\$ 134.333,96	\$ 136.946,11
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		\$ 130.189,01	\$ 132.720,56	\$ 135.301,34	\$ 137.932,30	\$ 140.614,42
insumos generales		\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00	\$ 31.320,00
Gastos Administrativos		\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00
Gastos Amortización (de intangibles)		\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00	\$ 117,00
Depreciación (de activos fijos)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de publicidad		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		\$ 32.752,01	\$ 35.283,56	\$ 37.864,34	\$ 40.495,30	\$ 43.177,42
<b>(-) Gastos No Operacionales</b>						
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)		\$ 6.800,00	\$ 5.830,57	\$ 4.696,33	\$ 3.369,27	\$ 1.816,61
Otros gastos no operacionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts</b>		\$ 25.952,01	\$ 29.452,99	\$ 33.168,01	\$ 37.126,03	\$ 41.360,81
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 3.892,80	\$ 4.417,95	\$ 4.975,20	\$ 5.568,90	\$ 6.204,12
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		\$ 22.059,20	\$ 25.035,04	\$ 28.192,81	\$ 31.557,13	\$ 35.156,69
(-) 23% Impuesto a la Renta		\$ 5.073,62	\$ 5.507,71	\$ 6.202,42	\$ 6.942,57	\$ 7.734,47
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		\$ 16.985,59	\$ 19.527,33	\$ 21.990,39	\$ 24.614,56	\$ 27.422,22
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inversión	\$ (41.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Préstamo	\$ 40.000,00					
(-) Amortización Capital del Prestamo		\$ (5.702,55)	\$ (6.671,99)	\$ (7.806,23)	\$ (9.133,29)	\$ (10.685,94)
(-) Capital de Trabajo	\$ (19.651,61)					
(+) Recuperación Capital de Trabj.						\$ 19.651,61
(+) Valor de Desecho						\$ -
<b>(=) Flujo Neto Efectivo</b>	<b>\$ (20.651,61)</b>	<b>\$ 11.283,03</b>	<b>\$ 12.855,35</b>	<b>\$ 14.184,16</b>	<b>\$ 15.481,27</b>	<b>\$ 36.387,88</b>
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p style="text-align: center;">Jorge Orrala Moreno C.I.: 0918965476</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p style="text-align: center;">Ing. Fernando González Guzman Contador Federado Reg. Nac. # 0.18063</p> </div> </div>						

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 43 Tir de Maxicity S.A.**

<b>TASA DESCTO</b>	<b>12%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 40.252,83</b>
<b>TIR</b>	<b>62,2%</b>
<b>IR</b>	<b>2,95</b>
<b>PAYBACK(PERIOD.RECUP.INV)</b>	<b>3 años</b>

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 44 Amortización del Crédito.**

Periodo	Pago	Interés	Amortización	Capital vivo
0				\$ 40.000,00
1	\$ 12.502,55	\$ 6.800,00	\$ 5.702,55	\$ 34.297,45
2	\$ 12.502,55	\$ 5.830,57	\$ 6.671,99	\$ 27.625,46
3	\$ 12.502,55	\$ 4.696,33	\$ 7.806,23	\$ 19.819,23
4	\$ 12.502,55	\$ 3.369,27	\$ 9.133,29	\$ 10.685,94
5	\$ 12.502,55	\$ 1.816,61	\$ 10.685,94	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62.512,77</b>	<b>\$ 22.512,77</b>	<b>\$ 40.000,00</b>	

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

**TABLA N° 45 Recuperación de la Inversión**

PAYBACK	Saldo Inicial	Flujo de Caja	Rentabilidad	Recuperación
1	\$ 20.651,61	\$ 11.283,03	\$ 3.510,77	\$ 7.772,26
2	\$ 12.879,35	\$ 12.855,35	\$ 2.189,49	\$ 10.665,86
3	\$ 2.213,49	\$ 14.184,16	\$ 376,29	\$ 13.807,87
4	\$ (11.594,38)	\$ 15.481,27	\$ (1.971,04)	\$ 17.452,32
5	\$ (29.046,70)	\$ 36.387,88	\$ (4.937,94)	\$ 41.325,82
6	\$ (70.372,52)	\$ -	\$ (11.963,33)	\$ 11.963,33
7	\$ (82.335,84)	\$ -	\$ (13.997,09)	\$ 13.997,09

Elaborado por: Ángela Nereise Baque Baque.

En el tercer año se recupera la inversión de los proyectos que se van a ejecutar a beneficio de la compañía, asimismo se aprecia la amortización del crédito que se realiza a beneficio de la entidad, la empresa realiza un préstamo de \$40.000,00 dólares dentro de 5 años la compañía pagara un total de \$62.512,17 dólares esto se debe porque el interés es del 17%.

## CONCLUSIONES.

- ✚ Según los indicadores económicos de la propuesta indican que el VAN durante el tiempo de ejecución del plan estratégico es de \$40.252,83 dólares esto refleja que los proyectos son factible para la compañía Maxicity S.A.
- ✚ La compañía Maxicity S.A. va a invertir el total de \$56.860,00 dólares en los cinco proyectos (elaboración de estrategia para buscar nuevos nichos de mercado, diseñar campañas publicitarias, implementación de un software como es el sistemas Orión Plus Contable, mejorar las habilidades del personal mediante capacitación y mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del frigorífico de la compañía.)
- ✚ Los proyectos se van a ejecutar en el periodo del año 2015 hasta el año 2019 porque el proyecto más largo es la capacitación al recurso humano ya que esta se realiza una vez cada año porque al personal hay que tenerlo actualizado para que se desempeñe bien en sus labores.
- ✚ El tiempo de la recuperación de la inversión será en el tercer año según lo que se detalla en la propuesta del plan estratégico, a partir de este año la empresa podrá realizar nuevos proyectos que beneficie a la entidad.
- ✚ La empresa Maxicity S.A. va a financiarse mediante un préstamo bancario de la institución financiera Banco de Guayaquil esto es para cubrir los proyectos de adquisición del software contable y del mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones del frigorífico porque estas son las más costosa y el resto de los proyectos serán financiados con recurso propios de la empresa.

## RECOMENDACIONES.

- ✚ La empresa Maxicity S.A. debe establecer capacitaciones al talento humano para que exista una mejora en el nivel de satisfacción de clientes internos y externos, lo cual a su vez tendrá como efecto la obtención de nuevos clientes y por lo tanto mejor rendimiento para la compañía.
  
- ✚ La compañía anónima Maxicity S.A. debe iniciar una campaña publicitaria permanente entre los medios de comunicación locales, con el objetivo de mantener en la mente de los clientes actuales y potenciales la imagen de institución, ya que no se puede descuidar ante la constante y agresiva amenaza publicitaria de la competencia.
  
- ✚ La infraestructura debe ser mejorada como es la creación del cerramiento de la empresa para una mayor seguridad de los que conforman Maxicity S.A es decir clientes internos y externos.
  
- ✚ Es necesario que Maxicity S.A. ejecute el plan estratégico, para de esta manera fortalecerse como empresa solvente de la provincia de Santa Elena.
  
- ✚ En vista de que la empresa Maxicity S.A. no cuenta con un sistema administrativo eficiente que no le permite generar mayores beneficios, se sugiere establecer objetivos a corto y largo plazo a fin de que sus integrantes trabajen hacia un mismo propósito.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- ✚ BERNAL Cesar Augusto (2010), Metodología de la Investigación, Tercera Edición, Colombia.
  
- ✚ BORSOTTI, Carlos (2010). Temas de Metodología de la investigación en Ciencias Sociales Empíricas, Miño y Dávila, Segunda Edición, Argentina.
  
- ✚ CHIAVENATO, Idalberto. (2011). Planeación Estrategica - Fundamentos y Aplicaciones, Editorial Mc Graw Hill, Sesta Edición, Mexico.
  
- ✚ GARCÍA FERRER, Gema (2012). Investigación Comercial, Esic, Tercera Edición, España.
  
- ✚ GARCÍA, Rony (2009). Administración Científica, El Cid Editor | Argentina.
  
- ✚ MARTINEZ, Daniel, & Milla Gutierrez, Artemio (2012). La Elaboración Del Plan Estrategico Su Implantación A Través Del Cuadro De Mando Integral, Diaz De Los Santos, España.
  
- ✚ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos. (2009). Metodología, Diseño Y Desarrollo Del Proceso De Investigación. Limusa S.A., Cuarta Edición.
  
- ✚ PAREDES, Wilson (2011). Investigación En Acción, Editores Rijabal, Primera Edición.

- ✚ RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín (2010). Administración Moderna de Personal, Séptima Edición, México.
  
- ✚ SAINZ DE VICUÑA ANCIN José María. (2012), El Plan Estratégico en la Práctica, Editorial Esic Tercera Edición, España.
  
- ✚ ZABALA SALAZAR, Hernando (2009). Planeación Estratégica aplicada a Cooperativas y Demas Formas Asociativas Solidarias, Primera Edición, Colombia.
  
- ✚ ZORRILLA, Santiago (2012). Metodología De La Investigación. Mcgraw-Hill. México.

## REFERENCIAS DE PÁGINAS WEB Y ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS.

- ✚ Díaz, A y Cúellar, E. (2009). Administración inteligente. Madrid, editorial Ministerio de administraciones públicas (en línea), consultado en septiembre del 2014, disponible en [http://guiametodologica.dbc.uchile.cl/documentacion/planificacion\\_estrategica.pdf](http://guiametodologica.dbc.uchile.cl/documentacion/planificacion_estrategica.pdf).
  
- ✚ Fred, D. (2009). Conceptos de administración estratégica (en línea), consultado en octubre 2014, disponible en <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>.
  
- ✚ González, Pedro N. (2013). Planificación estratégica para la pequeña y mediana empresa (en línea), consultado el 20 de septiembre del 2014, disponible en <http://www.editorialnuevoamanecer.us/>
  
- ✚ José, S. (2014). Plan estratégico caso práctico (en línea), consultado en septiembre 2014, disponible en <http://josezulaika.wordpress.com/2014/02/10/plan-estrategico-ejemplo-practico/>
  
- ✚ Panchana, E. (2012). Planificación estratégicas de las empresas (en línea), consultado en septiembre 2014, disponible en <http://johanaelizabethreachacha.blogspot.com/2012/04/caracteristicas-de-la-planificacion.html>.

## ANEXOS.

**ANEXO N° 1** Matriz de Consistencia de las Variables.

<b>TÍTULO</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>TEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Plan Estratégico para la empresa Maxicity y S.A. en la Parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2014.</b>	¿Cómo influye las Estrategias empresariales en el fortalecimiento de la gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A. en la Parroquia Santa Rosa, del cantón Salinas?	Influencia de las Estrategias empresariales en la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A.	Determinar la influencia de las estrategias empresariales como herramienta de gestión administrativa a través de un análisis situacional con enfoque participativo, técnico investigativo para elaborar un plan estratégico de la Empresa Maxicity S.A. en la Parroquia Santa Rosa del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena.	La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A. en la Parroquia Santa Rosa, cantón Salinas Provincia de Santa Elena	Estrategias Empresariales.  Gestión administrativa de la empresa Maxicity y S.A.
		Elaboración de un Plan Estratégico para la empresa Maxicity S.A. en la Parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2014.			

## ANEXO N° 2 Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente.

HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM ¿?	INDICE
La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A en la Parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas Provincia de Santa Elena	Estrategias Empresariales	direccionamiento estratégico	*Filosofía.	¿La Empresa tiene definida la Filosofía empresarial, como son: MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS)?	* Definitivamente Sí
			*Visión	La creación de Misión, Visión y Objetivos podrían proyectar a la empresa hacia un mejor futuro.	* Probablemente Sí
			*Misión	¿Con que fin se creó la empresa Maxicity S.A.?	* Indeciso
			*Objetivos	¿Cuáles son las fortalezas que posee la compañía?	* Probablemente No
			*Valores	¿La Empresa dispone de Filosofía, Misión y Visión que direccionen las actividades hacia un mismo fin?	* Definitivamente No
		Análisis Situacional empresarial	*Estructura Organizacional	¿Qué opina Ud. sobre crear valores y políticas empresariales que le permita a Maxicity tener una cultura Organizacional?	
			*Cultura Empresarial	¿Cómo están divididas las funciones en Maxicity S.A.?	
			* Matriz Análisis FODA	¿Considera Ud. que Maxicity S.A. proyecta una buena imagen corporativa?	
			* MEFI	Es importante la aplicación de los Valores empresariales para un mejor servicio	
			* MEFE	¿La directiva se preocupa en realizar un análisis situacional que le permita conocer los problemas, internos externos, para el mejor desempeño administrativo?	
Estrategias empresariales	* Cadena de valor	¿Cuáles son las fortalezas que posee la compañía?			
	* Matriz de posición Peyea	¿Qué debilidades cree Ud. que tiene la empresa?			
	* Análisis De Las 5 Fuerzas de Porter	Que debilidades ha detectado Ud. en el desarrollo de las actividades de la empresa			
	* Matriz BCG	¿Qué estrategias se deben implantar para el mejoramiento Empresarial de Maxicity S.A.?			
	* Políticas	¿Ha escuchado hablar sobre Planes Estratégicos y su aplicabilidad en las Microempresa?			
plan de acción	* Procedimiento	¿Considera Ud. que la empresa necesita de un Plan Estratégico?			
	* Programas y proyectos	Deberían los directivos implementar estrategias empresariales para una excelente planificación en la empresa.			
	* Cronograma	Piensa Ud. que la empresa les hace falta una buena planeación estratégica que les permitan alcanzar sus objetivos.			
	* Plan operativo Anual (POA)	Considera Ud. que se debe crear un Plan Estratégico como estrategia competitiva.			
	* Presupuesto	¿Considera necesaria la implementación de un modelo de plan estratégico para Maxicity S.A.?			
Control y Seguimiento		¿Qué tipos de programas necesita la empresa?			
		¿Cree usted que mediante la implementación de planes de trabajo se ejecutaran las actividades de forma ordenada y controlada en Maxicity S.A.?			
		¿Han realizado alguna capacitación dirigida a su campo de acción laboral?			
		¿La empresa ejecuta un cronograma de las actividades a realizarse en la semana?			
		¿Existe algún tipo de procedimiento de control en Maxicity S.A.?			
		¿La empresa tiene bien presupuestado la adquisición de materiales para el proceso del producto terminado?			

### ANEXO N° 3 Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente.

HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM ¿?	INDICE
La influencia de las estrategias empresariales contribuirá al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Empresa Maxicity S.A en la Parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas Provincia de Santa Elena	Gestión administrativa de la empresa Maxicity S.A	Empresa	Estructura Legal	¿La empresa está legalmente constituida?	*Definitivamente Sí
				¿La empresa cuenta con los permisos necesarios para el buen funcionamiento?	*Probablemente Sí
				¿La empresa es reconocida por la comunidad?	*Indeciso
				¿La estructura organizacional de la empresa está de acuerdo a las funciones y responsabilidades de cada colaborador?	*Probablemente No
			¿La compañía tiene la necesidad de crear un plan estratégico para su mayor funcionamiento?	*Definitivamente No	
			Esta Ud. que la empresa establezca procedimientos administrativos y operativos.		
		Crecimiento y Desarrollo	Actividad Empresarial	Cree Ud. que la empresa debe poseer programas de trabajo para una adecuada administración.	
				Considera importante realizar Proyectos para el crecimiento de la empresa. ¿Cómo califica usted la Gestión Administrativa de Maxicity S.A.? ¿Cómo califica usted la Gestión Administrativa de Maxicity S.A.? ¿Cómo califica el estilo de liderazgo por parte de los directivos de Maxicity S.A.?	
			Recurso Humano	¿Dispone Maxicity S.A. con todos los recursos materiales, técnicos y tecnológicos necesarios para desempeñar efectivamente sus actividades laborales?	*Muy bueno
			Tecnología	¿Con que frecuencia se realizan cambios en la empresa?	*Bueno
			Recurso Financiero	¿Cree usted que las actividades y programas de Maxicity S.A se realizan con eficiencia y eficacia?	*Regular
			Infraestructura	¿Se manejan con eficiencia y efectividad todos los recursos que posee la compañía Maxicity S.A?	*Malo
			Recurso Material	¿Cuál es la calidad del producto y servicio ofrecido por Maxicity S.A.?	*Muy Malo
			Recurso Económico	¿Los precios de los productos que ofrece Maxicity S.A. son accesibles a su bolsillo?	

## ANEXO N° 4 Instrumentos de recopilación de datos de Maxicity S.A.

	<p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b> <b>ESCUELA INGENIERIA COMERCIAL</b> <b>CARRERA INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL</b></p>	
<p><b>OBJETIVO:</b> Recopilar información a través de las técnicas de investigación para la elaboración de un Plan estratégico de la empresa Maxicity S.A.</p>		
<p><b>ENTREVISTA</b></p>		
NOMBRE: _____ FECHA: _____		
<ol style="list-style-type: none"><li>1) ¿Con que fin se creó la empresa Maxicity S.A.?</li><li>2) ¿Cuáles son las fortalezas que posee LA de la compañía?</li><li>3) ¿Qué debilidades cree Ud. que tiene la empresa?</li><li>4) ¿La Empresa dispone de Filosofía, Misión y Visión que direccionen las actividades hacia un mismo fin?</li><li>5) ¿Qué opina Ud. sobre crear valores y políticas empresariales que le permita a Maxicity tener una cultura Organizacional?</li><li>6) ¿Ha escuchado hablar sobre Planes Estratégicos y su aplicabilidad en las Microempresa?</li><li>7) ¿Considera Ud. que la empresa necesita de un Plan Estratégico?</li><li>8) ¿Qué tipos de programas necesita la empresa?</li><li>9) ¿Han realizado alguna capacitación dirigida a su campo de acción laboral?</li></ol>		

## Anexo 1 Instrumento de Recopilación de datos a Clientes Internos y Externos de Maxicity S.A.



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA INGENIERIA COMERCIAL  
CARRERA INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**OBJETIVO:** Recopilar información a través de las técnicas de investigación para la elaboración de un Plan estratégico de la empresa Maxicity S.A.

### ENCUESTA

**1) ¿Considera Ud. que Maxicity S.A. proyecta una buena imagen corporativa?**

- Definitivamente Sí
- Probablemente Sí
- Indeciso
- Probablemente No
- Definitivamente No


**2) Deberían los directivos implementar estrategias empresariales para una excelente planificación en la empresa.**

- Totalmente De Acuerdo
- De Acuerdo
- Indiferente
- En Desacuerdo
- Totalmente En Desacuerdo


**3) La creación de Misión, Visión y Objetivos podrían proyectar a la empresa hacia un mejor futuro.**

- Totalmente De Acuerdo
- De Acuerdo


- Indiferente
- En Desacuerdo
- Totalmente En Desacuerdo


**4) Es importante la aplicación de los Valores empresariales para un mejor servicio**

- Definitivamente Sí
- Probablemente Sí
- Indeciso
- Probablemente No
- Definitivamente No


**5) Que debilidades ha detectado Ud. en el desarrollo de las actividades de la empresa.**

- Comunicación Deficiente
- Trabajo Empírico
- Escaso Liderazgo
- Faltas de Políticas y Reglamentos


**6) Piensa Ud. que la empresa les hace falta una buena planeación estratégica que les permitan alcanzar sus objetivos.**

- Definitivamente Sí
- Probablemente Sí
- Indeciso
- Probablemente No
- Definitivamente No


<p>7) <b>Esta Ud. De acuerdo que la empresa establezca procedimientos administrativos y operativos.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Indiferente <input type="checkbox"/></li> <li>• En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Totalmente En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probablemente Sí <input type="checkbox"/></li> <li>• Indeciso <input type="checkbox"/></li> <li>• Probablemente No <input type="checkbox"/></li> <li>• Definitivamente No <input type="checkbox"/></li> </ul>	
<p>8) <b>Piensa Ud. que la Empresa debe realizar un análisis FODA para persuadir el futuro de la misma.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitivamente Sí <input type="checkbox"/></li> <li>• Probablemente Sí <input type="checkbox"/></li> <li>• Indeciso <input type="checkbox"/></li> <li>• Probablemente No <input type="checkbox"/></li> <li>• Definitivamente No <input type="checkbox"/></li> </ul>	<p>11) <b>Cree Ud. que la empresa debe poseer programas de trabajo para una adecuada administración.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Indiferente <input type="checkbox"/></li> <li>• En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Totalmente En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> </ul>	
<p>9) <b>Considera Ud. que se debe crear un Plan Estratégico como estrategia competitiva.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• De Acuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Indiferente <input type="checkbox"/></li> <li>• En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> <li>• Totalmente En Desacuerdo <input type="checkbox"/></li> </ul>	<p>12) <b>Considera importante realizar Proyectos para el crecimiento de la empresa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitivamente Sí <input type="checkbox"/></li> <li>• Probablemente Sí <input type="checkbox"/></li> <li>• Indeciso <input type="checkbox"/></li> <li>• Probablemente No <input type="checkbox"/></li> <li>• Definitivamente No <input type="checkbox"/></li> </ul>	
<p>10) <b>Cree Ud. que la aplicación de un Plan Estratégico genera grandes beneficios como competitividad en el mercado.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitivamente Sí <input type="checkbox"/></li> </ul>	<p><i>¡Gracias por su colaboración!</i></p>	

ANEXO N° 5 Ruc de Maxicity S.A.

  
**SRI**  
...le hace bien al país!

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**

**NUMERO RUC:** 0992681799001  
**RAZON SOCIAL:** MAXICITY S.A.  
**NOMBRE COMERCIAL:**  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS  
**REPRESENTANTE LEGAL:** ORRALA MORENO JORGE GEOVANNY  
**CONTADOR:** GONZALEZ GUZMAN FAUSTO FERNANDO

---

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 11/05/2010      **FEC. CONSTITUCION:** 11/05/2010  
**FEC. INSCRIPCION:** 14/09/2010      **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:** 17/05/2012

---

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LA PESCA

---

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**  
Provincia: SANTA ELENA Cantón: SALINAS Parroquia: SANTA ROSA Ciudadela: ITALIANA Barrio: PUERTO Calle: 29  
Número: SOLAR 06 Manzana: 1 CT Referencia ubicación: JUNTO A LA EMPRESA HERMAPES S.A. Celular: 092015538  
Teléfono Trabajo: 042777402  
**DOMICILIO ESPECIAL:**

---

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- \* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA\_SOCIEDADES
- \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

---

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 001      **ABIERTOS:** 1  
**JURISDICCIÓN:** \ REGIONAL LITORAL SUR\ SANTA ELENA      **CERRADOS:** 0

---



**Jorge Washington Mora Maita**  
**DELEGADO DEL R.U.C.**  
Servicio de Rentas Internas  
Litoral Sur - Santa Elena

---

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**      **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Usuario: JWM10811      Lugar de emisión: LA LIBERTAD/9 DE OCTUBRE      Fecha y hora: 17/05/2012 14:30:08

Página 1 de 2



**ANEXO N° 6 Nombramiento del Gerente General de Maxicity S.A.**

**0 63381**  
**Registro Mercantil Guayaquil**

Guayaquil, 15 de Junio de 2010

REPERTORIO.. No 30999  
REGISTRO Mercantil No 11901  
**Nombramiento**  
26 Jun 2010  
Ref.: 45.777-u-10

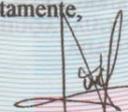
Señor  
**JORGE GEOVANNY ORRALA MORENO**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

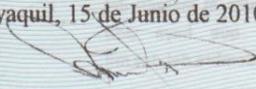
Cúmpleme llevar a su conocimiento que **MAXICITY S.A.**, en Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas celebrada el día de hoy, tuvo el acierto de designarlo **GERENTE GENERAL** por el lapso de cinco años, contados a partir de la inscripción de este nombramiento en el Registro Mercantil, debiendo ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía de manera individual.

La compañía anónima **MAXICITY S.A.**, se constituyó el 06 de Mayo de 2010, mediante escritura pública autorizada por la Abogada Wendy Maria Vera Rios Suplente del Doctor Piero Gaston Aycart Vincenzini, Notario Titular Trigésimo del Cantón Guayaquil, inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil el 11 de Mayo de 2010, de fojas 45.777 a 45.795 Número 8.602 del Registro Mercantil y anotada bajo el número 22.007 del Repertorio.

Atentamente,

  
**AB. WILLIAM ROSALINO QUIMI POSADA**  
Secretario AD-HOC de la Junta

**RAZON: Acepto el nombramiento**  
Guayaquil, 15 de Junio de 2010

  
**JORGE GEOVANNY ORRALA MORENO**  
**GERENTE GENERAL**  
C. C. # 0918965476  
Nacionalidad Ecuatoriana

Registro Mercantil  
COMPUTACION  
Dirección Mercantil

**ANEXO N° 7 Nombramiento de Presidencia de Maxicity S.A.**

Guayaquil, 15 de Junio de 2010

NUMERO DE REPERTORIO: 22.007  
FECHA DE REPERTORIO: 22/06/2010  
HORA DE REPERTORIO: 12:48

Señora  
**MIRELLA ESTELA SORIANO PLUS**  
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Cúmpleme llevar a su conocimiento que **MAXICITY S.A.**, en Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas celebrada el día de hoy, tuvo el acierto de designarla **PRESIDENTE** por el lapso de cinco años, contados a partir de la inscripción de este nombramiento en el Registro Mercantil, debiendo ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía de manera individual.

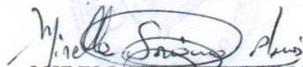
La compañía anónima **MAXICITY S.A.**, se constituyó el 06 de Mayo de 2010, mediante escritura pública autorizada por la Abogada Wendy María Vera Ríos Suplente del Doctor Piero Gaston Aycart Vincenzini, Notario Titular Trigésimo del Cantón Guayaquil, inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil el 11 de Mayo de 2010, de fojas 45.777 a 45.795, Número 8.602 del Registro Mercantil y anotada bajo el número 22.007 del Repertorio.

Atentamente,



**AB. WILLIAM ROSALINO QUIMI POSADA**  
Secretario AD-HOC de la Junta

**RAZÓN:** Acepto el nombramiento que antecede.  
Guayaquil, 15 de Junio de 2010



**MIRELLA ESTELA SORIANO PLUS**  
**PRESIDENTE**  
**C. C. # 0913065397**  
**Nacionalidad Ecuatoriana**



NUMERO DE REPERTORIO: 30.998  
FECHA DE REPERTORIO: 25/Jun/2010  
HORA DE REPERTORIO: 15:49

LA REGISTRADORA MERCANTIL DEL CANTON GUAYAQUIL  
Certifica: que con fecha veinticinco de Junio del dos mil diez, queda  
inscrito el Nombramiento de **Presidente**, de la Compañía **MAXICITY**  
**S.A.**, a favor de **MIRELLA ESTELA SORIANO PLUAS**, a foja  
**63.879**, Registro Mercantil número **11.980**.

ORDEN: 30998



5

REVISADO POR:



**REGISTRO**  
*Sun Juleta*  
**AB. ZOILA CEDENO CELLAN**  
**REGISTRO MERCANTIL**  
**DEL CANTON GUAYAQUIL**  
**DELEGADA**



## ANEXO N° 8 Validación del instrumento.

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: Balón Puyes Katty Angélica (Cada Educación)  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente "Esc. Juan Alberto Banchero P."  
 1.3 Título de la investigación: PLAN Estratégico para la Empresa Municipality S.A.  
 1.4 Nombre del instrumento: Encuesta  
 1.5 Autor del Instrumento: Angela Baque Baque

Alumno de

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					87
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					90
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					87
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					83
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					95

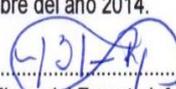
### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

86,7%

Lugar y fecha: Ciudad de La Libertad, 15 de diciembre del año 2014.

  
 .....  
 Firma del Experto Informante.  
 C.I. 0918670233 Teléfono N° 2779711

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: Balón Reyes Katty (Codb. Educación)  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente. "Esc. Juan Alberto Panchanel"  
 1.3 Título de la investigación: PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA MAXICITY S.A  
 1.4 Nombre del instrumento: Entrevista  
 1.5 Autor del Instrumento: ANGELA BAQUE BAQUE

Alumno de

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					87
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					90
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					87
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					83
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					95

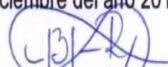
**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- (...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

86,7%

Lugar y fecha: Ciudad de La Libertad, 15 de diciembre del año 2014.



Firma del Experto Informante.

C.I.: 0918670233 Teléfono N° 2779711

## ANEXO N° 9 Acta de Compromiso.



### ACTA DE COMPROMISO

Con fecha lunes 14 de Noviembre del 2014 se procede a visitar la entidad cuyo nombre tiene como **COMPAÑÍA MAXICITY S.A.** para pedir el debido permiso al gerente de la institución y poder realizar el respectivo estudio que permitirá recolectar información que ayude a desarrollar un plan estratégico en beneficio de la entidad antes mencionada

Yo Geovanny Orrala Moreno autorizo a la Srta. **ÁNGELA BAQUE BAQUE** con número de cedula de ciudadanía **092716412-9**, estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la carrera de Desarrollo Empresarial, el permiso correspondiente para que pueda ejercer el estudio pertinente que considere necesario en mi entidad en la cual presido como es la Compañía **Maxicity S.A.**

Atentamente

Geovanny Orrala Moreno  
G.G./Maxicity S.A.  
C.I.: 091896547-6

CIUADELA ITALIANA PUERTO STA. ROSA  
29 SOLAR 06 TELF. 0992015538 - 042777402  
SALINAS - ECUADOR

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR  
DE PRODUCTOS DE LA PESCA

## ANEXO N° 10 Mesa de trabajo.



UNIVERSIDAD ESTATAL "PENÍNSULA DE SANTA ELENA"  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

### ACTA DE REUNIÓN

Con fecha se procede a realizar la reunión con el personal administrativo de la compañía MAXICITY S.A. con el fin de conocer cuáles son sus puntos de vista acerca de la elaboración del plan estratégico para la misma.

Puntos a tratar

- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Filosofía
- ✓ Objetivos
- ✓ Estructura organización
- ✓ Diseño del plan estratégico

No.	Nombre y Apellido	Cargo	firma
1	JORGE ORRALA MORENO	GERENTE	
2	MIRELLA SORIANO PLUAS	PRESIDENTA	

**ANEXO N° 11 Fotos de Maxicity S.A.**

(Encuestados y Laborando en Área de Producción).



