



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS  
LASAN S.A. DEL CANTÓN LA LIBERTAD  
PROVINCIA DE SANTA ELENA  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: EDWIN RAFAEL ZAMBRANO CHALEN  
TUTORA: ING. SABINA VILLÓN PERERO. MSc**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS  
LASAN S.A. DEL CANTÓN LA LIBERTAD  
PROVINCIA DE SANTA ELENA  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: EDWIN RAFAEL ZAMBRANO CHALEN**

**TUTORA: ING. SABINA VILLÓN PERERO. MSc**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2015**

La Libertad, Enero del 2015.

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutora del trabajo de investigación, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILLAS LASAN S.A. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”, elaborado por el Sr. EDWIN RAFAEL ZAMBRANO CHALEN, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal 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 apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

---

**ING. SABINA VILLÓNPERERO. MSc.  
TUTORA**

## **AUTORÍA DELAINVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN S.A. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”, elaborado por quién suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que consta 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, 12 de Enero del 2015

Atentamente,

---

**EDWIN RAFAEL ZAMBRANO CHALÉN**  
C.c. 0925459307

## **DEDICATORIA**

“Dedico este trabajo a DIOS, a mi esposa, por su apoyo y comprensión en esta etapa de mi vida, a mis hijas que son parte fundamental de mi ser.

A mis padres por apoyarme a continuar mis estudios superiores.

A las personas que me apoyaron para terminar esta tesis en el cual está mi esfuerzo y sacrificio para cumplir con mi meta.

**EDWIN ZAMBRANO CHALEN.**

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS, por darme las fuerzas necesarias para concluir este trabajo.

A la Universidad Estatal península de Santa Elena, a la Empresa Las Anguilas Lasan S.A. que me facilitó la información necesaria, a los docentes que gracias a sus enseñanza contribuyeron para hacer realidad este logro y culminar una etapa de mi vida”.

A la Máster Sabina Villon por brindarme sus conocimientos y ayudarme a concluir la tesis.

A la Máster Jessica Linzán por brindarme sus conocimientos con dedicación para la culminación de este trabajo.

**EDWIN ZAMBRANO CHALEN.**

## TRIBUNAL DE GRADO

---

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

---

Econ. Félix Tigreiro González, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
INGENIERÍA COMERCIAL

---

Ing. Sabina Villón Perero, MSc.  
PROFESORA-TUTORA

---

Ing. Jessica Linzán Rodríguez MSc.  
PROFESORA DEL ÁREA.

---

Ab. Joel Espinoza Ayala.  
SECRETARIO GENERAL

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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN  
S.A. DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

**Autor:** Edwin Rafael Zambrano Chalen  
**Tutora:** Ing. Sabina Villon Perero. MSc.

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación designado: Plan de Negocios para la empresa Las Anguilas Lasan S.A. ubicado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2014; es una propuesta que debe establecer su estructura organizativa, función en cada uno de los cargos y determinar las fortalezas para minimizar las amenazas y así aprovechar las oportunidades, para ponerse en marcha y de esta manera mejorar significativamente su actividad comercial. La tesis está dividida en cuatro capítulos, donde se elaboró el tema de la investigación como es plan de negocio que corresponde al marco teórico, en el cual se presenta la base teórica relacionada con el tema, los modelos a seguir y las definiciones conceptuales. Se presenta el marco metodológico, que corresponde al tipo y diseño de investigación realizada, la población a la que se encuestó, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, métodos de análisis. Luego se realizará un análisis conclusión y recomendación de resultados de la técnica aplicada en el trabajo de campo que se encontrará como tercer capítulo. Y posteriormente el cuarto capítulo es la propuesta de investigación donde se presenta el plan de negocios a implementarse en la empresa Las Anguilas Lasan S.A. (SYSTECON) venta de computadora, sistemas, soporte técnico y contabilidad, y el esquema del modelo propuesto para mejorar el desempeño de empleados y socios de la misma. Las estrategias aplicadas aumentarán relativamente las ventas con la publicidad que se realizará dentro de la provincia de Santa Elena y las diferentes promociones que ayudará a captar mayor demanda de clientes. Vale recalcar que antes de iniciar el proceso de los capítulos, se considera importante incluir el marco contextual del trabajo. En la última parte se considera el cálculo del presupuesto, la bibliografía, referencia de libros y anexos que son la evidencia en la realización del modelo de negocio.



## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA .....</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>TRIBUNAL DE GRADO .....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>xv</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURA .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xviii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
Planteamiento del problema. ....	<b>3</b>
Delimitación del problema. ....	<b>7</b>
Formulación del problema. ....	<b>7</b>
Sistematización del problema. ....	<b>7</b>
Justificación.....	<b>8</b>
Objetivos. ....	<b>11</b>
Objetivos general. ....	<b>11</b>
Objetivos específicos. ....	<b>11</b>

Hipótesis y operacionalización de las variables.....	12
Operacionalización de las variables. ....	12
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>15</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
1.1.ANTECEDENTES DEL TEMA.....	15
1.2. PLAN DE NEGOCIO.....	16
1.3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO. ....	17
1.3.1. Proceso para la confección de un plan de negocio.....	18
1.4. APORTE DE PLAN DE NEGOCIO. ....	19
1.5. MOTIVOS PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO.....	20
1.6. MODELOS DE PLAN DE NEGOCIO. ....	20
1.6.1 Animación por ordenador. ....	20
1.6.2. Empresa de servicios informáticos.....	21
1.6.3 Tiendas de convivencia. ....	21
1.7 ANÁLISIS FODA.....	21
1.8 DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.....	22
1.8.1 Matriz de boston.....	22
1.9 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL. ....	23
1.10 MARKETING.....	24
1.11 POTENCIAR RELACIÓN VENDEDOR CLIENTE. ....	25
1.12FILOSOFÍA CORPORATIVA.....	25
1.13MISIÓN.....	25
1.14VISIÓN. ....	26
1.15VALORES. ....	26
1.16OBJETIVOS. ....	26

1.17ESTRATEGIAS.....	27
1.18PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	27
1.19PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	27
1.20MARCO LEGAL.....	28
1.12.1 Constitución de la República del Ecuador.....	28
1.12.2 Plan Nacional del Buen Vivir.....	28
1.12.3 Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.....	29
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>36</b>
2.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
2.3.TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.5 MÉTODOS DE OBSERVACIÓN.....	37
2.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.8 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	42
2.9 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>44</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>44</b>
3.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS.....	44
3.2 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	44
3.3 EJECUCIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	44
3.4 RESULTADOS CUANTITATIVOS.....	48

3.5 CONCLUSIONES. ....	62
3.6 RECOMENDACIONES. ....	63
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>64</b>
<b>PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN S.A. SYSTECON DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.</b> .....	<b>64</b>
4.1. INTRODUCCIÓN. ....	64
4.2 RESUMEN EJECUTIVO. ....	64
4.2.1 Análisis de la oportunidad. ....	65
4.2.2 Presentación del modelo de negocio. ....	65
4.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO. ....	67
4.3.1 Segmentación de mercados. ....	67
4.3.2 Identificación de los competidores. ....	67
4.3.3 Identificar la audiencia meta. ....	69
4.4 ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA. ....	70
4.4.1 Proyección de la demanda. ....	70
4.4.2 Proyección de la oferta. ....	71
4.4.3 Frecuencia de uso/compra. ....	72
4.5 PLAN ESTRATÉGICO. ....	72
4.5.1 Filosofía corporativa. ....	74
4.5.2 Misión. ....	74
4.5.3 Visión. ....	74
4.5.5 Objetivo del plan de negocio. ....	75
4.5.5.1 Objetivo General. ....	75
4.5.5.2 Objetivos específicos. ....	75

4.5.6 Estrategias. ....	76
4.5.6.1Estrategia de liderazgo en costo. ....	76
4.5.6.2 Estrategia de excelencia operativa. ....	76
4.5.6.3Estrategia de promoción y comunicación. ....	77
4.5.6.4 Estrategia de liderazgo de calidad enfocada hacia el cliente. ....	78
4.5.6.5Estrategia ventaja competitiva. ....	78
4.5.6.6 Estrategia de expansión a nuevos mercado. ....	79
4.5.7 Matriz de criterios para evaluar las estrategias ....	79
4.6 PLAN DE MARKETING ....	82
4.6.1 Descripción del producto. ....	82
4.6.1.1 Estrategia de producto.....	83
4.6.2 Precio.....	83
4.6.2.1 Estrategia de precio. ....	83
4.6.3 Plaza. ....	84
4.6.3.1 Estrategia para la plaza.....	84
4.6.4 Promoción. ....	85
4.6.4.1 Estrategia de promoción.....	85
4.6.4.2 Slogan.....	86
4.6.4.3 Logotipo ....	86
4.6.5 Campañas publicitarias ....	87
4.6.6 Impresos. ....	88
4.6.7 Estrategia de comunicación.....	89
4.6.8 Marketing directo y online ....	91
4.6.8.1 Herramientas del marketing directo. ....	91
4.6.9 Personal.....	91

4.7 PLAN DE OPERACIONES .....	92
4.7.1 Estructura Organizativa.....	92
4.8 PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	95
4.8.1 Presupuesto Publicidad .....	95
4.8.2 Plan de marketing.....	95
4.8.3 Plan operacional.....	95
4.8.4 Explicación del presupuesto.....	96
<b>PLAN DE ACCIÓN. ....</b>	<b>102</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>108</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización de la variable independiente .....	13
CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	14
CUADRO 3 Instrumentos de investigación .....	39
CUADRO 4 Muestra para encuesta .....	40
CUADRO 5 F.O.D.A. de la Empresa Las Anguilas Lasan .....	73

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Conocimiento de la empresa Systecon .....	49
GRÁFICO 2 Adquisición de producto o servicio de la empresa Systecon.....	50
GRÁFICO 3 Frecuencia de compra en la empresa Systecon .....	51
GRÁFICO 4 Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa Systecon .....	52
GRÁFICO 5 Características por las que prefiere la empresa .....	53
GRÁFICO 6 Producto que adquiere con mayor frecuencia .....	54
GRÁFICO 7 Medios donde se informa sobre la tecnología.....	55
GRÁFICO 8 Inconvenientes a la hora de recibir la mercadería .....	56
GRÁFICO 9 Servicio que ofrece el personal .....	57
GRÁFICO 10 Lugar donde compra productos tecnológicos .....	58
GRÁFICO 11 Producto que adquiere de la competencia .....	59
GRÁFICO 12 Adquisición de servicios de la competencia .....	60
GRÁFICO 13 Incentivos que recibiría de la empresa.....	61



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Conocimiento de la empresa Systecon .....	49
TABLA 2 Adquisición de producto o servicio de la empresa Systecon .....	50
TABLA 3 Frecuencia de compra en la empresa Systecon .....	51
TABLA 4 Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa Systecon .....	52
TABLA 5 Características por las que prefiere la Empresa .....	53
TABLA 6 Producto que adquiere con mayor frecuencia .....	54
TABLA 7 Medios donde se informa sobre la tecnología .....	55
TABLA 8 Inconvenientes a la hora de recibir la mercadería .....	56
TABLA 9 Servicio que ofrece el personal .....	57
TABLA 10 Lugar donde compra productos tecnológicos .....	58
TABLA 11 Producto que adquiere de la competencia .....	59
TABLA 12 Adquisición de servicios de la competencia .....	60
TABLA 13 Incentivos que recibiría de la empresa.....	61
TABLA 14 Variables de segmentación. ....	67
TABLA 15 Competidores actuales .....	68
TABLA 16 Proyección de la demanda. ....	70
TABLA 17 Proyección de la oferta.....	71
TABLA 18 Precios de los productos.....	83
TABLA 19 Presupuesto del plan de negocio.....	96
TABLA 20 Estado de resultado Sin el plan de negocio .....	97
TABLA 21 Flujo de efectivo Sin el plan de negocio .....	98
TABLA 22 Estado de resultado con el plan de negocio .....	99
TABLA 23 Flujo de efectivo con el plan de negocio.....	100
TABLA 24 Comparación de utilidades netas sin y con el plan de negocio .....	101

## ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1 Nivel socioeconómico.....	69
FIGURA 2 Gorras .....	77
FIGURA 3 Llaveros .....	78
FIGURA 4 Producto.....	82
FIGURA 5 Nivel de distribución 0 .....	84
FIGURA 6 Nivel de distribución 1 .....	84
FIGURA 7 Hoja Volante.....	85
FIGURA 8 Slogan.....	86
FIGURA 9 Logotipo.....	86
FIGURA 10 Descuentos .....	87
FIGURA 11 Rifas .....	88
FIGURA 12 Tarjeta de presentación.....	88
FIGURA 13 Vallas publicitarias .....	89
FIGURA 14 Valla publicitaria en Santa Elena .....	90

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Encuestas piloto .....	109
ANEXO 2 Encuestas .....	112
ANEXO 3 Entrevista .....	115
ANEXO 4 Instalaciones de la empresa Las Anguilas Lasan.....	117
ANEXO 5 Área técnica.....	119
ANEXO 6 Entrevista a los socios .....	120
ANEXO 7 Encuesta a los clientes .....	121

## INTRODUCCIÓN

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” se dedica a la comercialización, compra y venta de equipos y materiales de computación e informática, después de haber realizado todas las gestiones pertinentes en cuanto lo legal y financiero, el mismo que tuvieron repuestas positivas dieron apertura del establecimiento el 16 de Noviembre del año 2009.

Es así que la empresa se encuentra ubicada en el barrio 10 de Agosto del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena, la empresa obtiene el permiso de funcionamiento de la Municipalidad del cantón la Libertad para iniciar LAS ANGUILAS LASAN S.A. “SYSTECON” (**S**istemas, **S**ervicio **T**écnico, **A**sesoría **C**ontable y **T**ributaria), iniciando sus actividades con la venta de computadoras y accesorios.

Desde el año 2009 hasta el año 2010 funcionó como empresa pequeña, ya que el año 2011 obtiene la representación como centro de servicio autorizado de la marca ULTRATECH, convirtiéndose en una empresa mediana estableciendo ventas con precios accesibles y garantía en los productos por un año.

SYSTECON cuenta con 5 empleados. En la actualidad posee una situación económica inestable porque carece de un reconocimiento local en el mercado peninsular el mismo que se ve reflejado en la poca afluencia de clientes finales ya que la mayoría de clientes son las instituciones públicas y privadas.

La presente tesis estará conformada por cuatro capítulos que se desarrollaran de la siguiente manera.

**Capítulo I.** Corresponde al planteamiento del problema, objetivos generales como específicos, variables de estudio que nos ayudaran a desarrollar argumentos teóricos por medio de enfoques de estudio para la realización del marco teórico.

**Capítulo II.** Corresponde al Marco Metodológico que está compuesto por el diseño y tipo de investigación a desarrollarse determinando la población y la muestra.

**Capítulo III.** Corresponde al análisis e interpretación de los resultados de las encuestas y las entrevistas respectivamente con la conclusión y recomendación la herramienta que se utilizara es la de Excel.

**Capítulo IV.** Corresponde a la propuesta que es el plan de negocio para la Empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” que comprende análisis de la demanda, análisis de la oferta, marketing mix, estudio técnico, organizacional, legal y administrativo.

## **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

### **TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA “LAS ANGUILAS LASAN S.A.” DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015.**

### **Planteamiento del problema.**

En el Ecuador a nivel de empresas de servicios para computadoras (mantenimiento, soporte técnico), han marcado una lucha constante, entre grupos trasnacionales (Canon, Compaq, Sony Vayo, Hp, etc.) que ven afectados sus intereses, cuando se logra un éxito comercial dentro de una área geográfica específica, lo que motiva a que estas empresas de servicios de computación, mejoren sus estrategias administrativas, en base a una mejor definición de sus recursos de gestión y control financiero que en cierta medida han redundado en varios fracasos y / o éxitos.

La necesidad que tiene el cantón La Libertad de contar con un servicio técnico y productos de calidad, fue lo que originó que en el mes de noviembre del año 2008 se ponga en práctica una idea de negocio o un proyecto que consistía en crear una empresa la que se le llamaría Las Anguilas Lasan “Systecon”, que se encuentra ubicada en el cantón La Libertad, Barrio 10 de Agosto Av. 3 Numero S/N Intersección Calle 14. Carlos de la ciudad de Santa Elena, que hasta el momento ofrece la venta de computadora, sistemas.

Las Anguilas Lasan “Systecon” también cuenta soporte técnico & contabilidad para dar un mejor servicio de calidad para la satisfacción del cliente es por eso que deben realizar un plan de negocio para aumentar sus ventas y obtener mayor clientela.

En observaciones directas es notable la insatisfacción de los usuarios los cuales buscan otras plazas como la ciudad de Guayaquil para poder comprar sus equipos de computación.

Por tal motivo en el desarrollo de sus operaciones en el último quinquenio hemos observado las siguientes circunstancias:

- ✓ Deficiente distribución en el desempeño de los diferentes puestos de trabajo, porque los empleados no realizan su trabajo en un tiempo prudencial sino que tardan lo suficiente como para que el cliente se desespere y no vuelva adquirir el servicio que le ofrece la empresa Las Anguilas Lasan S.A.
- ✓ Determinar la demanda insatisfecha mediante las investigaciones necesarias para saber cuáles son las a necesidades que tiene esta población.
- ✓ Determinar cuáles son las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que tiene la empresa Las Anguilas Lasan dentro del mercado de la provincia de Santa Elena
- ✓ Establecer políticas de trabajo para que los empleados tengan conocimiento de sus deberes, obligaciones y prohibiciones que tienen dentro de la empresa.
- ✓ Debido a la mala organización en los socios de la empresa esto ha provocado que las ventas generen pocas utilidades, debido a esto no han podido incrementar el negocio o expandirlo a nivel provincial.

Las situaciones anteriores son estimuladas porque no se han determinado las funciones de cada empleado, lo que está induciendo insatisfacción, además de la falta de un estudio de mercado sistematizado que reconozca implantar cuál es la

demanda insatisfecha, así como también la ausencia de un análisis FODA lo que no ha permitido que la empresa se instituya correctamente sabiendo cuáles son sus aspiraciones teniendo en cuenta la misión y visión de la misma, no ha existido capacitación al personal y por ende no existe un buen desempeño y todo esto lo origina la falta de un plan de negocios.

Por esta razón se cree que la problemática es provocada por la carencia de un plan de negocios en la empresa Las Anguilas Lasan S.A. (Systecon) ya que desde sus inicios ha tenido una administración materialista y como resultado causaría la desorganización actual termine con sus actividades. Pero con la ejecución del plan de negocio la empresa tendrá estrategias dirigidos a sus diferentes clientes, mediante la capacitación a empleados y socios de la misma el ambiente laboral será ameno y todos realizarán sus funciones de maneja ágil, rápida, eficiente y eficaz en el cual no solo los clientes estarán satisfechos sino que también se reflejará en el incremento de las ventas.

Existe falta en los procesos funcionarios por tal motivo no se tiene como base la toma de disposiciones, la falta de financiamiento es otro factor muy importante porque no permitiría que se aumente el negocio causando tal vez que se secén sus actividades.

Constituye cuál es la demanda insatisfecha que tiene la empresa Las Anguilas Lasan porque es al público que se quiere llegar pero debe saber cuáles son las necesidades que tienen porque su inconformidad, en cuanto al servicio a los productos tecnológicos que ofrece la empresa, entonces en el público objetivo al cual se dirigirán todas las estrategias establecidas.

Para la elaboración de buenos resultados se hace indispensable ejecutar un plan de negocio que sujete un estudio de mercado, técnico, financiero y de organización de donde anularemos temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama



de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento.

La empresa debe seleccionar al personal necesario, los aspectos legales que deben seguir y su plan de salida lo que les permitirá buscar financiamiento para su expansión ya que el negocio es literalmente viable y rentable, de esta manera los socios están mejorando notablemente en todas las áreas o departamentos par que ya no exista ninguna inconformidad al servicio que se presta.

El plan de negocios es fundamental para justificar las expectativas de éxito que ofrece la empresa con las soluciones y alternativas que ofrece la propuesta de plan de negocio para la empresa Las Anguilas Lasan S.A. la misma que a través de las investigaciones necesarias mejorará significativamente el servicio que ofrece, incrementando la cartera de clientes, convirtiéndose en clientes fieles y potenciales así será reconocido como un centro de servicios de mantenimiento y venta de equipo de computación que cuente con todo lo que el cliente necesite y no tenga que buscar en otro lado.

Además de un servicio especializado en el cual le explican de los beneficios que tiene su computador y al momento de reparar los mismos les explican cuál es la marca que le beneficiará cuando cambian las piezas deterioradas, pero si al cliente no le alcanza el presupuesto optan por ubicar una pieza genérica en el que se detallará cuáles son los problemas a futuro que tendría con el computador.

Con personal capacitado que nos permita que el usuario confié en los productos y servicios que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan Systecon y sin lugar a dudas en nuestros servicios para poder así captar la mayoría de clientes, y además obtener mejores ganancias.

### **Delimitación del problema.**

Campo : Sector Comercial.

Área : Administrativo.

Aspecto : Plan de Negocio.

Tema : Plan de Negocio para la Empresa Las Anguilas Lasan S.A. del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015.

### **Formulación del problema.**

¿Qué incidencia tiene la implementación de un plan de negocios para la empresa Las Anguilas Lasan S.A. “Systecon” del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015?

### **Sistematización del problema.**

Con el desarrollo de la investigación también se pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo incide el desconocimiento de los beneficios de un plan de negocio para la empresa Las Anguilas Lasan?
- ¿Cómo afecta el plan de negocio sobre la administración actual de la empresa Las Anguilas Lasan?
- ¿Qué métodos de investigación se aplica para realizar un plan de negocio?
- ¿Qué beneficio tiene la aplicación del plan de negocio en nuestros clientes?

- ¿Qué estrategia de ventas se aplicara en la fuente de financiamiento de la empresa para el incremento de ventas diarias?
- ¿Qué efecto tendrá la empresa Las Anguilas Lasan con las fuentes de financiamiento?
- ¿De qué manera obtendrá la empresa Las Anguilas Lasan fuentes de financiamiento?

### **Justificación.**

El planteamiento de un plan de negocio para la Empresa Las Anguilas Lasan es para diseñar los lineamientos de las funciones y establecer políticas de tal manera que la empresa mejore en su actividad empresarial.

Es importante contar con un plan de negocios desde la perspectiva empresarial ya que en la actualidad las nuevas ideas, las empresas tienen mayor posición en el mercado dentro de los servicios de computación, con un departamento administrativo y financiero que presente fundamentos y desafíos de la actualidad, porque en el campo de la tecnología es cambiante siempre hay nuevas formas o técnicas de reparación y mantenimiento de computadoras.

La empresa Las Anguilas Lasan deben buscar constantemente técnicas para mejorar el servicio en la reparación de las computadoras, cada día el mundo de la tecnología realiza modificaciones en todos sus aspectos por lo tanto deben capacitar constantemente a sus empleados para que conozcan de los cambios que existen en el entorno y así los clientes puedan recomendarlos con otras personas para que la empresa sea reconocida no solo a nivel provincial sino también a un futuro internacionalmente.

En la administración y gestión de negocios existen conceptos claves y prácticos que se maneja en cada área que integran una empresa, está basada en la aplicación de criterios técnicos, operativos y de calidad del producto o servicio que ofrece además determina la manera en que el propietario o los socios y empleado van a juzgar su presencia dentro de empresa.

La investigación propuesta busca implementar mediante la aplicación de la teoría y las definiciones básicas de un plan de negocio, clima organizacional y principios de administración empresarial para poder brindar un servicio de calidad el cual será de gran ayuda para clientes y las personas que habitan en el cantón ya que encontrarán todo lo que necesiten en un solo lugar sin tener que viajar a otras localidades a buscar lo que requieran.

Además abrirán fuentes de empleo y desarrollo de las personas que laboraran en el centro de servicio de mantenimiento de computadoras que se desea implementar dentro de la provincia de Santa Elena, el cual mejorará la condición de vida de algunas personas que no tienen empleo, porque es una gran oportunidad para quienes necesitan de un trabajo estable, al momento que se abran sucursales dentro de toda la provincia de Santa Elena, estarán ubicada en puntos estratégicos para maximizar las amenazas de la competencia.

Siendo así que para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude al empleo de métodos, técnicas, recursos e instrumentos de investigación; a través de la aplicación de los cuestionarios de encuestas y métodos de observación. De esta manera se obtendrá o se dará a conocer si es factible o no lo que se pretende efectuar.

Además en la elaboración del proyecto procura efectuar el método científico y descriptivo, ejecutando análisis y síntesis de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias, para así conocer los posibles clientes que tuviera la propuesta el cual a su vez permitirá desarrollarla, a través de la investigación

realizada conocerá cuáles son sus clientes fieles y potenciales, porque no todos están satisfecho de los servicios adquiridos, las necesidades que tienen, características, ventajas y desventajas con respecto a la empresa para que al momento de realizar la propuesta enfocarse más en las estrategias para este mercado insatisfecho.

De acuerdo con los objetivos de la investigación, su resultado permite encontrar una solución a los moradores del cantón, con el plan de negocio propuesto se percibe además buscar rentabilidad para que el negocio siga creciendo con el pasar del tiempo al mismo tiempo brindar fuentes de trabajo y ser reconocidos a nivel provincial y en el futuro a nivel nacional.

Los beneficiarios directos del plan de negocio para la empresa Las Anguilas Lasan son los socios, por ende el creador de la propuesta, y su vez los empleados de la misma que son los que serán capacitados consecutivamente para mejorar el servicio que ofrecen, obteniendo mayor clientela y ser reconocidos a nivel provincial.

Tanto los clientes como los empleados serán beneficiarios directos como indirectos porque recibirán los servicios que ofrece los empleados de la empresa Las Anguilas Lasan S.A. ya sea desde la calidad de los productos que ofrecen asumiendo también que estarían disminuyendo sus gastos sin la necesidad de cambiar las piezas por productos de mala calidad y los clientes no tendrán que buscar otras plazas, ya que ellos siempre buscan economizar, de esta manera no irán a otros establecimientos de reparación de computadoras en los cuales no les explican sobre los beneficios, ventajas y desventajas de diferentes productos tecnológicos

El tema central de la presente tesis es el plan de negocio en la actualidad no todas las empresas cuentan con esto por lo que es muy importante que tengan uno puesto que hoy en día las empresas de servicios y comercialización de productos

tecnológicos son las que están ganando posición en el mercado por su desempeño y por la gran demanda que existen en las diferentes instituciones empresariales, escolares públicas como privadas para mejorar su actividad.

Mediante el plan de negocios que se desea implementar además de obtener una excelente rentabilidad al satisfacer una necesidad que tiene la población del cantón La Libertad y de la provincia en general ya sea en servicios de calidad en el ámbito de la computación o productos a precios razonables.

### **Objetivos.**

#### **Objetivos General.**

Elaborar un plan de negocio, a través de un estudio socio-económico que garantice la viabilidad y la rentabilidad de la empresa Las Anguilas Lasan "Systecon" del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015.

#### **Objetivos específicos.**

- ✓ Diseñar la metodología de investigación, mediante métodos técnicas e instrumentos de investigación para que facilite el desarrollo de la propuesta.
- ✓ Analizar los resultados de la investigación en base a cuadros y gráficos que permitan la interpretación de los datos para la formulación de conclusiones fidedignas.
- ✓ Elaborar el plan de negocios en función de un estudio socio-económico financiero, lo que permitirá la viabilidad y rentabilidad de la empresa Las Anguilas Lasan.

- ✓ Determinar las principales teorías que describen un plan de negocios mediante la revisión bibliográfica de los principales autores, para que faciliten los resultados de la investigación.

### **Hipótesis y operacionalización de las variables**

La elaboración del plan de negocios permitirá la viabilidad y la rentabilidad de la Empresa Las Anguilas Lasan, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2015.

### **Operacionalización de las variables.**

#### **Variable Independiente**

Plan de negocios.

#### **Variable Dependiente**

Empresa Las Anguilas Lasan.

CUADRO 1 Operacionalización de la variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
La elaboración del plan de negocios permitirá la viabilidad y la rentabilidad de la Empresa Las Anguilas Lasan, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2015.	Plan de Negocio	El plan de negocio es una guía en el cual se promociona el producto o servicio con la finalidad de obtener los recursos necesarios para desarrollarlo.	Mercado. Administración. Producto. Recursos	- Oferta.  -Demanda  Procedimiento  -Necesidades.  -Materiales  -Económico	¿Los servicios que ofrecemos son de excelente calidad?  ¿Conoce usted la empresa Las Anguilas Lasan?  ¿En cuánto a computadoras cual es el producto que usted más usa?  ¿Con que frecuencia visita usted la empresa Las Anguilas Lasan?	<b>Cuestionario.</b>  <b>Guía de preguntas.</b>

Fuente: Operacionalización de la variable independiente.  
Elaborado por: Zambrano Chalen Edwin.



CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
<p><b>La elaboración del plan de negocios permitirá la viabilidad y rentabilidad de la empresa Las Anguilas Lasan, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2015.</b></p>	<p>Empresa</p>	<p>Se basa en satisfacer la necesidad de los clientes respecto a la excelencia en los servicios y calidad de los productos, promueve el bienestar económico de la empresa, por lo que se hará uso de la tecnología siempre y cuando no afecte al medio ambiente</p>	<p>Negocio.</p> <p>Publicidad</p> <p>Potenciar relación vendedor cliente</p>	<p>Actividad empresarial</p> <p>Marketing</p> <p>Personal capacitado</p>	<p>¿Considera usted que la eficiencia es importante en una organización?</p> <p>¿Cree usted que el proyecto que se desea implantar es importante para el desarrollo de nuestra comunidad?</p> <p>¿Le gustaría que la empresa brinde servicio especializado en el cantón?</p>	<p><b>Cuestionario.</b></p> <p><b>Guía de pregunta</b></p>

Fuente: Operacionalización de la variable independiente  
 Elaborado por: Zambrano Chalen Edwin.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.**

Para la elaboración del plan de negocio, como la herramienta administrativa, es de fundamental importancia para la empresa por lo que coordina funciones, establece estrategias, dirige acciones, presupuesto, entre otros factores que impulsa el desarrollo de la gestión administrativa. La Empresa LAS ANGUILAS LASAN S.A. tiene por objeto dedicarse a la comercialización, compra y venta de equipos y materiales de computación e informática.

Luego de haber realizado todas las gestiones pertinentes en cuanto lo legal y financiero, el mismo que tuvieron repuestas positivas dieron apertura del establecimiento el 16 de Noviembre del año 2009. Es así que la empresa se encuentra ubicada en el Barrio 10 de Agosto del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena, sus propietarios, accionistas: José Linzán Linzán, Michael Barrera, Rosa González, Christian Rocafuerte, Pascual Mujica, la empresa obtiene el permiso de funcionamiento de la Municipalidad del cantón la Libertad para iniciar.

LAS ANGUILAS LASAN S.A. “SYSTECON” (Sistemas, Servicio Técnico, Asesoría Contable y Tributaria), iniciando sus actividades con la venta de computadoras y accesorios.

Desde el año 2009 hasta el año 2010, funcionó como empresa pequeña, ya que el año 2011 obtiene la representación como centro de servicio autorizado de la marca ULTRATECH, convirtiéndose en una empresa mediana estableciendo ventas con precios accesibles y garantía en los productos por un año.

Posteriormente en el mes de Septiembre de 2011, se hizo necesario contratar los servicios profesionales del Ing. Juan Rocafuerte, con el transcurso del tiempo se vio la necesidad de registrarla en el RUP (Registro Único de Proveedores).

SYSTECON cuenta con 5 empleados. En la actualidad posee una situación económica inestable porque carece de un reconocimiento local en el mercado peninsular el mismo que se ve reflejado en la poca afluencia de clientes finales ya que la mayoría de clientes son las instituciones públicas y privadas.

## **1.2.PLAN DE NEGOCIO.**

Thomsen M (2009,5), define: “Un plan de negocios es una descripción del negocio que usted quiere iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo.”

Según Thoms en el plan de negocio es la formar en que la empresa puede desarrollar sus políticas, objetivos, mejorar su ambiente de trabajo para implementar nuevas estrategias en la venta de productos o servicios que ofrece la empresa, ayuda a los futuros empresarios a tener una idea clara del tipo de negocio que implementara en el mercado.

Cabrerizo M. (2010,6)define: “El plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarlo a la práctica”

El plan de negocio comienza en el desarrollo de la idea sobre el tipo de producto o servicio que ofreceremos en el mercado, tomando la decisión que mejor nos convenga como empresario, porque existe una gama de competidores y nuestra idea tiene que marcar la diferencia ya sea dándole un valor agregado al servicio que ofreceremos.

### **1.3. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.**

Para la elaboración de un plan de negocio se debe reconocer cual es el problema que existe dentro de la empresa, evaluar la situación económica, financiera, administrativa de la misma para empezar disminuyendo sus amenazas y maximizando sus fortalezas y oportunidades que tiene, de esta manera la empresa logrará sus objetivos y cumplirá sus metas en el plazo estipulado.

Por medio de una investigación empírica sabrán con exactitud cuáles son las necesidades que tienen sus clientes porque el entorno es cambiante, cada día el cliente tiene una nueva exigencia con respecto a los programas o equipos tecnológicos que salen al mercado todo esto con el afán de estar siempre a la moda.

Elaborar un sistema o crear un buzón de sugerencias en el cual los clientes dejarán plasmado sus inquietudes con respecto al servicio recibido, ya sea desde el trato recibido hasta el momento en que termina la venta. Debe tener en cuenta que las críticas son constructivas para que la empresa mejore en lo que está fallando recalcando esto a los clientes porque en algunos de los casos no dejan sus inquietudes porque después no les quieren atender, deben explicar a los clientes para que sepan que son los únicos beneficiados con el buzón de sugerencias.

La empresa debe llevar un control de los procesos que se realizan al momento de reparar un equipo de computación o venta para que el cliente este seguro que el equipo que recibió nuevo, en el caso que un equipo salga con defectos que es imposible el cliente debe notificar a la empresa inmediatamente para que realice el tramite respectivo y así el cliente sepa que la empresa busca solucionar los problemas de esta magnitud.

Cada estrategia debe evaluarse con el propósito de saber si funcionará o deben realizar cambio.

Debe implantar métodos de investigación para saber cuáles son los riesgos que se presentarán a futuro al tomar decisiones rápidas de tal manera que la información sea confiable para mejorar la calidad del servicio.

Con el plan estratégico la empresa podrá evaluar el desarrollo del mismo para llegar a la meta específica, en el cual se desarrollaran las estrategias que se aplicarán en el negocio para incrementar las ventas aumentando la cartera de clientes, abriendo nuevos nichos de mercado.

En el plan de negocio se realizará el presupuesto del proyecto cuanto se invertirá y al final de cinco años cuál es la rentabilidad que tendrá con la ejecución de las estrategias a implantarse.

Por medio de la investigación de mercado sabrán con exactitud cuál es el estado actual de la empresa, teniendo en cuenta que no es reconocida y son pocos sus clientes, en cambio la competencia a pesar que no ofrecen servicios de calidad realizan incentivos entre sus clientes para hacer que adquieran sus productos más aun en época escolar.

Dentro del plan de negocio establecerá metas y objetivos a corto y largo plazo con el fin de realizarlos en un periodo determinado.

### **1.3.1. Proceso para la confección de un plan de negocio.**

Muñiz L (2010,23), Explica todos los pasos necesarios para realizar un plan de negocio, pero solo en la parte de los cálculos económicos como son los datos iniciales de la empresa, plazo de los cobros, los que generan resultados de los productos que ofrece la empresa.

Para la elaboración del plan de negocio deben tener en cuenta los socios de la empresa la situación actual de la empresa, cuáles son sus ingresos y gastos.

#### **1.4. APOORTE DE PLAN DE NEGOCIO.**

Arthur R. (2010), El plan de negocio debe contener las siguientes características:

El plan de negocio determinará los factores internos y externos que influyen en la decisión de compra del cliente, para saber que incide al momento que los usuarios adquieren un producto o servicio estos pueden ser familiares, amigos, económicos, políticos, sociales.

Dependiendo del estado de ánimo de cada persona por lo que debe aplicar estrategia dirigidas al cliente.

Antes de ejecutar el plan de negocio para la empresa Las Anguilas Lasan S.A. debemos saber con exactitud cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene la empresa para mejorar en un 100% la eficiencia de los procesos.

Para que la empresa tenga éxito en sus actividades comerciales debe determinar cuál es su público objetivo, investigar las estrategias que harán que la empresa mejore sus servicios e incremente la utilidad, debe investigar el mercado ya que es muy competitivo para saber acerca de las amenazas que afectan a sus competidores porque saber los puntos débiles de sus adversarios e ingresar con una publicidad agresiva.

La empresa Las Anguilas Lasan quede penetrado en la mente de los consumidores por el excelente servicio que ofrece y la calidad de sus producto.

Realizar una investigación de campo para saber cuáles son las necesidades de los clientes tomando en cuenta que el entorno es cambiante y tenemos que estar preparados para cualquier cambio que se realiza, a que segmento nos vamos a dirigir, de qué manera vamos a llegar a nuestros futuros clientes teniendo en

cuenta que existe demasiada competencia y que debemos tener ventaja competitiva sin la necesidad que afecte la calidad en los productos y servicios.

### **1.5.MOTIVOS PARA ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO.**

- Concretar y orientar los objetivos generales como específicos utilizando la información necesaria en base a libros de autores.
- Llevar a cabo reuniones de trabajo para determinar las relaciones departamentales y resolver cualquier conflicto que exista entre compañeros de trabajo.
- La empresa requiere de opiniones y consejos por parte de expertos, empleados o clientes porque son parte fundamental de la empresa.
- Con el plan de negocio la empresa sabrá sus debilidades y amenazas ya sea desde el proceso de planificación hasta la manera en que sus empleados brindan el servicio.
- La razón más importante cuando se realiza un plan de negocio es si este tendrá buenos resultados cumplirá con todas las expectativas que necesitan, cual es el impacto que tendrá dentro del entorno.

### **1.6. MODELOS DE PLAN DE NEGOCIO.**

#### **1.6.1Animación por ordenador.**

Quienes se dedican a este tipo de servicio son expertos en el campo de la tecnología porque manejan los programas adecuados para realizar animaciones digitales, presentaciones gráficas, gigantografías y todo .lo referente a publicidad electrónica, para que las diferentes empresas sean reconocidas por medio de la

web, existen diversos programas gratuitos para realizar este tipo de publicidad que es muy interesante porque en el medio son pocas las personas que utilizan la publicidad electrónica de una manera adecuada.

### **1.6.2. Empresa de servicios informáticos.**

En cambio las empresas de servicios informáticos se dedican a la realización de páginas web para que las pequeñas, medianas y grandes empresas ofrezcan sus productos o servicios.

Comercio electrónico por medio de servicio de entrega oportuna., esto requiere de la contratación de un hosting y dominio de internet para que sea rápida y eficaz, para que los usuarios cuando ingresan a la página no tengan dificultad al momento de navegar en la red, la misma que debe ser dinámica con colores atractivos que atraigan la atención de aquellos que visitan la página de la empresa, también se pueden utilizar las diferentes redes sociales que existen en el medio.

### **1.6.3 Tiendas de convivencia.**

Empresa que se dedica a la venta de productos de primera necesidad como arroz, azúcar entre otros. En este tipo de empresa no es necesario que asignen puesto si es micro empresa pero si fuera grande en este caso si debe existir los puestos departamentales.

## **1.7 ANÁLISIS FODA.**

Zambrano A (2011,84), Constituye una herramienta o técnica clave que se emplea en la planificación corporativa, permite entender cuáles son los factores internos y externos que influyen favorablemente o desfavorablemente en el desempeño de la organización pública que condiciona la posibilidad de realizar la misión, visión, objetivos estratégicos de la empresa.



Para elaborar el análisis interno como son las fortalezas y debilidades las mismas que debe n determinar de manera minuciosa teniendo en cuenta que las fortalezas son positivas y las debilidades negativas, deben ser calificadas cuantitativa y cualitativamente.

Con el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas sabemos cuál es la situación actual de la empresa considerando que el entorno es cambiante y la tecnología cada día avanza a pasos agigantados.

Los factores internos de la empresa son todo aquello que la empresa puede controlar como los empleados, rotación de inventario, todo lo que concierne dentro de la empresa mientras que los factores externos son los que no puede controlar como la tecnología, política entre otros que afectan directamente la empresa, lo que está en el entorno.

Esta matriz nos sirve para determinar cuáles son los puntos débiles de la empresa en las que debemos mejorar y aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno, mientras que debemos buscar estrategias para mejorar en relación con la competencia, siempre y cuando conservando la garantía y servicio de calidad hacia los clientes.

## **1.8 DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.**

### **1.8.1 Matriz de Boston.**

Es una herramienta que apareció a finales de los 60 apoyada con el ciclo de vida del producto que nos ayudará a saber en qué etapa está cada de los productos, para saber cuál es el que tiene mayor rotación en el inventario, el que tiene menos movimiento es decir que no tiene mucho movimiento y el producto que está por salir del mercado y que no tiene mucha salida.

De los cuales debemos saber cuál es el producto que tiene más salida en el mercado como el que está quedando fuera porque ya no tiene salida, producto que no genera ganancia es aquel que sobrevive por sí mismo, solo genera dinero para comprar la mercadería que está en stock, no genera ningún tipo de utilidad para la empresa.

Las etapas son:

- **ESTRELLA:**  
Producto con crecimiento elevado, con gran cuota de mercado, requiere de inversión para financiar su crecimiento.
- **VACA:**  
Producto con bajo crecimiento pero gran cuota de mercado, es decir que no requiere de inversión sino que produce gran cantidad de dinero.
- **INTERROGANTE:**  
Opera en el mercado tiene alto crecimiento, pero necesita de mucha inversión para mantener su cuota de mercado.
- **PERROS:**  
Producto con bajo crecimiento, genera dinero para financiarse pero no genera ingresos, que está a punto de salir del mercado.

## **1.9 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.**

Timmons (2010,28).Es una alternativa diferente porque es la iniciativa que tiene el individuo para desarrollar un proyecto de negocio, buscar oportunidades los cuales requiere misión, visión y sobre todo el compromiso”

Todo individuo tiene la iniciativa de emprender pero no sabe cómo empezar, la manera más práctica es diseñando un plan de negocio el cual comienza con el desarrollo de la idea.

Saber cuáles son los objetivos que la empresa tienen, la visión en la que trabajará para ser en el futuro su misión en lo que desempeñará a medida que transcurra el tiempo, el mercado que abarcar, debe tener bien definido a que mercado se dirigirá para saber cuáles son las necesidades e interrogantes que tienen.

Sin embargo el emprendimiento nace desde el momento en que se tiene la idea de crear un negocio pero no saben con exactitud cómo ponerla en marcha por el temor de saber si funcionará en realidad o por cuánto tiempo estará en marcha o fracasará.

## **1.10 MARKETING**

Rodríguez I (2010,37). Remota los primeros procesos de intercambio voluntario que llevan a cabo las personas para satisfacer sus necesidades básicas y su supervivencia, su aparición como disciplina científica es más reciente.”

Esta herramienta es muy importante porque ayuda a las empresas a buscar estrategias para aumentar sus ventas mediante la publicidad y promoción para ser reconocidos en el entorno, por lo tanto es una de las más importante que no debe pasar en alto ya que ayudará a la empresa Las Anguilas Lasan Systecon a mejorar su utilidad dentro de su actividad comercial

Rodríguez A (2012,443) “El marketing se caracteriza por la incorporación al proceso de dirección de una actitud estratégica”

Es muy importante que las empresas realicen marketing es decir buscar la manera de realizar publicidad para que los usuarios conozcan de los servicios y productos

que ofrecen las empresas, siempre deben buscar un mensaje sencillo y novedoso que se quede gravado en la mente de los consumidores, desde el momento en que requieren un producto o servicio tecnológico piensen en la Empresa Las Anguilas Lasan Systecon

### **1.11 POTENCIAR RELACIÓN VENDEDOR CLIENTE.**

Kotler P (2010,21), “Proceso demasiado racional porque los compradores no siempre escogen la oferta que tiene el valor de la entrega más alto, sino el que mejor llene sus expectativas”.

Los directivos de la empresa deben capacitar constantemente a sus empleados para que los clientes estén satisfechos en base al servicio técnico que les ofrecen. La relación vendedor cliente es muy importante porque los empleados son los que tienen contacto directo con los clientes y servicio que ofrecen debe ser de calidad.

### **1.12FILOSOFÍA CORPORATIVA.**

La filosofía corporativa se relaciona a lo que la empresa realiza ya sea su misión que es lo que la empresa realiza a diario, visión lo que quiere ser en el futuro hacia dónde quiere llegar, valores en los cuales se basa el respeto y la lealtad en cada uno de sus clientes y principios corporativos de la misma.

### **1.13MISIÓN.**

Se trata de lo que la empresa realiza en su actividad diaria, el dinamismo que los socios y empleados brindan a sus clientes.

Toda misión empieza con un verbo que refleje la actividad que realiza la empresa realiza en sus funciones diarias, para que los clientes tengan una idea de lo que la empresa realiza.

### **1.14 VISION.**

Matilla K (2012,75) “La visión de una organización es una imagen que los miembros de la empresa quieren que sea.”

Toda empresa sabe lo que quiere ser en el futuro hacia dónde quiere llegar a qué grupo se dirige la empresa a en su actividad comercial. La visión debe empezar con un verbo, con frase corta, precisa y concisa que la empresa identifica.

Debe basarse en un concepto enfocado que proporcione valor, propósito doble en el que impulse a comprometerse y una probabilidad de éxito que sea alcanzable.

### **1.15 VALORES.**

Los valores corporativos son imprescindibles en la empresa porque refleja el compromiso que existe entre socios, empleados y clientes.

Algunos de los valores que toda empresa debe tener son:

- Respeto.
- Responsabilidad.
- Compromiso,
- Honestidad, etc.

### **1.16 OBJETIVOS.**

Las empresas deben tener bien definidos sus objetivos, son cuantificables y medibles.

Los objetivos generales encierran los objetivos específicos.

### **1.17 ESTRATEGIAS.**

Existen una gran variedad de estrategias para la realización del plan de negocio entre las cuales podemos mencionar.

- Estrategia de liderazgo en costo.
- Estrategia de ventaja competitiva.
- Estrategia de promoción y comunicación.
- Estrategia de desarrollo de producto.
- Estrategia de expansión a nuevos mercados.
- Estrategia de publicidad.
- Estrategia de producto.
- Estrategia de precio.
- Estrategia de promoción.

### **1.18. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.**

Son bienes y servicios que intentan adquirir los usuarios en un tiempo determinado en los próximos años, para saber cuántos productos se venderán en el futuro.

### **1.19. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.**

Cantidad de productos o servicios que ofrecen en el mercado, producen modificaciones en el precio según la fabricación.

## **1.20 MARCO LEGAL.**

### **1.12.1 Constitución de la República del Ecuador.**

En la constitución de la República del Ecuador en el Título VI del Régimen de Desarrollo de las empresas en, el Capítulo tercero art. 281, literal 1 menciona: que las grandes, pequeñas y mediana empresas pueden impulsar la producción en pequeñas y medianas unidades de producto.

Mientras que en el literal 5 se refiere a los mecanismos de financiamiento para los pequeños y medianas empresas que quieren tener un negocio digno con todos los beneficios de ley, brindándole facilidades de pago para que puedan acceder a créditos que les brindan instituciones financieras pertenecientes al Estado Ecuatoriano.

Para acceder a estos créditos las personas deben presentar un documento en el cual detalle el tipo de negocio que quiere poner en marcha, la ubicación, cuántos empleados necesita para la ejecución del mismo, junto con una proforma del presupuesto que requiere para que se haga realidad el negocio.

El capítulo cuarto de Soberanía económica, Sección primera, en el art. 283 indica: El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

### **1.12.2 Plan Nacional del Buen Vivir.**

Corresponde a originar el progreso social y económico de población ecuatoriano de tal manera que solucione las dificultades que tiene cada una de las empresas.

Las empresas deben realizar su actividad económica en un ambiente agradable en el que los clientes se sientan seguros, comodidad en sala de recepción que toda

empresa debe tener comodidad al momento de esperar por cualquier trámite o servicio en el cual debe esperar un tiempo prudencial.

La actividad empresarial es considerada como una de las fuentes de ingreso más grandes del país debido a su alto nivel de comercialización como es en este caso la comercialización de productos tecnológicos que se ha hecho el boom del mercado ecuatoriano ya que va avanzando a pasos agigantados.

La Empresa Las Anguilas Lasan tiene su local comercial en un ambiente sano, no cuenta con todas los bienestares para su atención debido a que el cliente que espera o visualiza el arreglo del ordenador está de pie y en alguno de los casos tienen que regresar para no aburrirse, por lo tanto la empresa debe dar cumplimiento a lo establecido en el Art. 33 relativo a la seguridad porque deben brindar seguridad en las instalaciones para que sus clientes se sientan confiados en la seguridad que le brinda el negocio.

La actividad comercial en la provincia de Santa Elena es muy competitiva debido a la gran demanda que tienen estos productos.

### **1.12.3 CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.**

**Art. 53.- Definición y clasificación de las MI PYMES:** la micro, pequeña y mediana empresa son todas las personas naturales y jurídicas que ejercen una actividad de producción, comercio y servicio, que cuenta con el número de trabajadores necesarios para la producción o prestación de un servicio, establecido por estatutos en el que la empresa está legalmente constituida el valor bruto en ventas anuales, conveniente a cada categorías de las otras micro, medianas y grandes empresas, de conformidad con lo que se establecen el reglamento de las pequeñas y medianas empresas para su legal aprobación.



Cuando existe desconcierto de las variables aplicadas, el valor bruto en ventas anuales predominará sobre los números de trabajadores, para efectos de establecer la clase de una empresa.

Los trabajadores que califiquen de acuerdo a la jerarquía de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios previo al desempeño de las obligaciones y situaciones, también contarán con el amparo que les ofrece la ley ya sea en bonificación y remuneración digna para los que conforman parte de la empresa y todos los beneficios de ley para sus familiares.

➤ **Código de trabajo.**

Título I del contrato individual de trabajo, encontramos las siguientes definiciones y reglas generales en beneficio de los empleados:

**Art 8.-Contrato Individual.** Se trata de un convenio en el cual se compromete el empleador con el trabajador quien prestará sus servicios lícitos y personales por una remuneración con todos los beneficios que la ley le ofrece por un periodo de tiempo estipulado en el cual ambos se comprometen a respetar hasta que el contrato termine o una de las partes lo de por terminado.

**Art. 15.-Contrato a prueba.** Relata al inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá marcar un tiempo a prueba, de duración máxima de 90 días que no podrá pasar de este periodo, vencido el plazo, el ato deberá llevarse a cabo en vigencia por tiempo que agraviase para completar el año de lo contrario el empleado puede realizar la respectiva denuncia en el ministerio laboral sino hace prevalecer sus derechos.

Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes, durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo que puede dar por concluido libremente. El empleador no podrá tener paralelamente trabajadores

con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores porque si no la empresa tendrá dificultades al momento de renovar sus papeles.

Sin embargo, los contratistas que inicien sus procedimientos en el país, o los existentes que amplíen o diferencien su industria, actividad o negocio, no se paralizarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de procedimientos, ampliaciones o diversificación de la actividad, industria o negocio.

**Art. 17.- Contratos eventuales, ocasionales, de temporada y por hora.** Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo personal que se encuentre ausente por vacaciones, los cuales no durarán por un tiempo mayor de un año este contrato termina cuando el empleado que tiene licencia médica o vacaciones regrese a su puesto de trabajo

O por licencias como enfermedad, maternidad, y situaciones similares; en cuyo caso se detallará en el contrato para que el reemplazo sepa hasta cuando es la vigencia de su jornada laboral, las exigencias casuales que motivan la negociación, el nombre o nombres de los sustituidos y el plazo de duración de la misma por lo que el empleado estará de acuerdo que el contrato terminará en pocos meses.

Mientras que, en el capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador podemos determinar los parámetros que ellos deben cumplir para un trabajo justo y con buen ambiente:

**Art. 42.- Obligaciones del empleador.** Las obligaciones de los empleadores son las siguientes:

Todo empleador debe pagar la remuneración que se estipula en la ley las cantidades que corresponde al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código.

Debe cumplir con las disposiciones del reglamento interno, debe dar aviso a su jefe en caso de que faltare al trabajo por alguna calamidad doméstica o por enfermedad.

Los trabajadores deben laborar en un ambiente donde se guarde las medidas preventivas e higiénicas donde se sientan en un ambiente fresco libre de impurezas y malos olores.

Los empleadores deben asegurar a sus empleados para que ellos reciban las aportaciones al seguro porque en el transcurso del tiempo tendrán que buscar las aportaciones que hicieron al seguro por el tiempo que sus empleadores les aportaron en el seguro.

Toda empresa debe llevar un registro de sus trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida. En el cual ellos se sujetarán si algún día uno de sus empleados sufre secuestro exprés.

Debe facilitar a los trabajadores los útiles, instrumentos, materiales necesarios para la ejecución del trabajo y en las condiciones adecuadas porque no pueden laborar en un lugar donde no existan las medidas necesarias de seguridad.

En caso de accidente o enfermedad los trabajadores deberán ser atendidos en uno de los centros de salud del seguro social por lo cual exige a todas las empresas públicas como privadas asegurar a sus trabajadores.

Si son atendidos por los voluntarios de la Dirección de Seguro General, y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para compensar imposiciones o comunicaciones judiciales o alguna otra autorización los cuales se otorgarán sin reducción de los honorarios.

Debe existir armonía en el trabajo tanto el empleado como el empleador deben tratarse con mutuo respeto para no afectar el clima laboral.

Permitir a los trabajadores faltar para desempeñar comisiones que vallan en beneficio de la empresa.

Conferir a sus trabajadores certificados gratuitos para algún trámite posterior.

Los contratos laborales deben ser escritos por el inspector de trabajo de tal manera que debe quedar registrada en el caso que la persona demuestre discapacidad impedida, también debe mostrar el carnet expedido por el Consejo Nacional de Discapacidad.

Las empresas deben contratar un porcentaje mínimo de personas con discapacidad esto fue dispuesto por para lo cual será necesario realizar adaptaciones en el puesto de trabajo según lo dispuesto por la Ley de Discapacidades y las normas INEN sobre la accesibilidad, también realizar acuerdos, declaraciones legalmente suscritas.

**Art. 45.- Obligaciones del trabajador:** son obligaciones del trabajador:

Transformar el compromiso con las condiciones necesarias que un contrato debe llevar en el cual se dejarán en claro todas las inquietudes que debe saber el empleado al momento de firmarlo, con el ímpetu, cuidado y esmero apropiado, en la forma, tiempo y lugar convenidos, donde ambas partes queden de acuerdo.

Reponer al empleador la materia prima que no utiliza y almacenar en buen estado los enseres y útiles de trabajo, el mismo que no se hará responsable si se llega a dañar ya sea por la humedad o el tiempo de almacenamiento, puesto que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso imprevisto o fuerza mayor, ni del procedente de mala calidad o incorrecta edificación;

Trabajar, en casos de riesgo o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la expedición máxima y aun en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador, no debe obligarlos a trabajar puesto que corre en peligro la vida de los mismos y si es necesario suspender el trabajo hasta que sea seguro restablecer su jornada.

La conducta del empleado como la del trabajador debe ser intachable para que el trabajo se realice en un ambiente armonioso sin la necesidad de malos entendidos todo esto en beneficio de la empresa.

Debe comunicar al empleador cuando faltare al trabajo siempre y cuando con documentos que afirmen o justifiquen la falta

Comunicar al empleador sobre los peligros ya sea en los materiales de oficina suministros que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores, cualquier daño severo o extremadamente fuerte debe darse a conocer, porque es la única manera que las superiores tengan la debida confianza con sus empleados todo esto en beneficio de la empresa.

Guardad escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón de trabajo que ejecuta; y sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

#### **Art. 46.- Prohibiciones al Trabajador.-**

-Situarse en riesgo la seguridad del empleado y la de sus compañeros de laboró los demás así como también la de las empresas, laboratorios y lugares cercanos a la misma.

-Hurtarla producción, laboratorios, de la empresa u otro establecimiento, sin autorización del empleador, útiles de oficina, materiales o productos elaborados en la misma empresa;

-Ingresar a trabajar bajo estado etílico o con estupefacientes que pueden alterar el estado de ánimo de las personas.

-Crear recaudaciones en la zona de labor durante las horas de trabajo, siempre y cuando cuente con permiso del empleador;

-Utilizar los útiles y equipos suministrados por el empleador en diferentes tipos de trabajo que están destinados;

-Formar competencia al empleador en la producción o elaboración de los productos de la empresa;

-Aturdir el trabajo, en el caso de huelga y dejar el trabajo sin origen legal.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El tipo de investigación que se manejó para la ejecución de este trabajo es la investigación exploratoria, la misma que proporciona el conocimiento de las necesidades y requerimientos fundamentales en la elaboración de un plan de negocios, con la planeación adecuada sobre hechos y eventos relacionados directamente con el objeto del estudio.

#### **2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La modalidad de investigación que se utilizó en este trabajo, permitiéndonos elaborar el plan de negocio con el objetivo de mejorar el funcionamiento de las acciones de la empresa Las Anguilas Lasan.

Para la formulación, evaluación y ejecución, el trabajo debe apoyarse en investigación de tipo documental, de campo o de diseño que incluya ambas modalidades.

También, debe fundamentarse en levantamiento de información directa y real, mediante la aplicación de herramientas investigativas como las encuestas y entrevistas.

Estos tipos de proyectos se fundamentan en investigaciones de tipo documental (bibliografías, Constitución, códigos, leyes, derecho comparado, libros, textos, revistas y otras).

### **2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

**Por el propósito.**

**Aplicada.**

Explorando la situación actual de la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” del cantón La Libertad se empleó un estudio mediante el enfoque teórico del plan de negocio.

**Por el lugar.**

**Investigación bibliográfica:**

Se sustenta en la lectura y análisis de libros, documentos, internet, antecedentes de la realidad que afronta esta actividad objeto de estudio.

**Investigación de campo:**

Considerada como uno de los tipos de investigación que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos.

### **2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.**

Para la recolección de datos se utilizan técnicas e instrumentos que son elementos esenciales para una buena investigación, debido a que la información que se recoja habrá de definir el éxito de la investigación.

### **2.5 MÉTODOS DE OBSERVACIÓN.**

Para aplicar este método se tendrá como objetivo a los clientes que visitan diariamente el local para determinar las debilidades de los trabajadores y solucionar estas falencias.



**Análisis del contenido.** Se hace énfasis a la objetividad es decir de lo más primordial, en la que nos sirva de ayuda, para la elaboración del proyecto, y nos tiene que ofrecer resultados de fiabilidad y validez adecuada.

**Síntesis:** con esta técnica se puede imponer un esquema conceptual nuevo basado en los datos previos que ya hemos obtenido información relevante del problema de investigación.

➤ **Campo.**

Se recoge información primaria que el investigador la construye, tenemos:

**Observación participante:**

Este método nos permite observar de manera atenta el fenómeno de una manera directa, y de esta forma recabar toda la información a las personas involucradas en el objeto de estudio, etc.

## **2.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

**Entrevistas:**

Esta es otra técnica donde se obtendrán información de gran importancia que de alguna manera es importante en el proceso de la investigación de la Estructura Orgánica, por medio de las opiniones y dialogo de dos personas, que son: el entrevistador y el entrevistado.

**Encuesta:**

Por medio de la encuesta podemos obtener información de varias personas que esté relacionado con el tema de investigación, donde se realizará una seria de pregunta de interés para la propuesta de la estructura organizacional.

### 2.6.1. Instrumentos de la investigación.

**CUADRO 3 Instrumentos de investigación**

MÉTODOS	INSTRUMENTOS
Observación participante	Grabaciones, fotografías,
Entrevista	lista de chequeos de datos, Registro de observación.
Encuesta	Guía de entrevista Cuestionarios

Fuente: Las Anguilas Lasan  
Elaborado por: Zambrano Chalen Edwin

## 2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

### 2.7.1. Población para el estudio de mercado provincia de Santa Elena.

Es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra.

Es el grupo al que se intenta garantizar los resultados, la población a la que nos referimos en el estudio corresponde a la existente en la provincia de Santa Elena cantón La Libertad, a la misma que se diseñará el plan de negocio correspondiente, optimizando su alcance en el mercado.

El universo del presente trabajo está conformado por 18110 personas que comprende las edades entre 20 a 50 años, como se puede observar a continuación:

**CUADRO 4 Muestra para encuesta**

<b>Población</b>	<b>N°</b>
<b>MUJERES</b>	8420
<b>HOMBRES</b>	9690
<b>TOTAL</b>	18110

Fuente: INEC 2010 población de la provincia de Santa Elena  
Elaborado por: Zambrano Chalen Edwin

### **2.7.2. Muestra.**

#### **Muestreo probabilístico.**

El proceso esencial del muestreo consiste en identificar la población que estará representada en el estudio.

Para obtener la muestra del presente trabajo de titulación, se estableció en función del muestreo estadístico ya que se aplica por características propia de la investigación.

#### **Datos para el cálculo de la muestra.**

<b><math>Z^2 =</math></b>	<b>1.96</b>
<b><math>p =</math></b>	<b>0,5</b>

<b>q=</b>	<b>0,5</b>
<b>e =</b>	<b>5%</b>

Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula para la población finita

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

$$N = \frac{(1.96)^2 * 0.50 (0,50) * 18110}{(0,05)^2 * (18110 - 1) + (0,50)(0,50)1.96^2}$$

$$N = \frac{(3,8416) * 0,25 * 18110}{(0,0025) * (18109) + 0,9604}$$

$$N = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$N = 384$$

## **2.8 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.**

El enfoque cualitativo se realizó una entrevista a profundidad para conocer la situación actual de la Empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”

Las entrevistas que se efectuaron se procederá a recopilar la información, repuestas y opiniones de las socias sobre el tema planteado.

- Búsqueda de información.
- Elaboración de problema.
- Formulación del problema.
- Planteamiento de la justificación.
- Elaboración del marco teórico.
- Formulación de la metodología.
- Elaboración del instrumento de investigación.

## **2.9 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.**

La información recopilada, será tabulada mediante programa estadístico en Excel, que permitirá llevar un control y tratamiento de datos que se obtendrán en las encuestas a realizar, para su posterior análisis e interpretación de datos, hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes.

Las entrevistas tiene un estructura informal de preguntas abiertas se procederá a recopilar la información sobre repuestas y opiniones de los artesanos del tema planteado.

1. Esquematización de la estrategia de investigación.
2. Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
3. Definición de las variables de interés.
4. Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
5. Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio.
6. Recolección de datos
7. Organizar los datos auscultados.
8. Tabulación de datos.
9. Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
10. Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
11. Formulación de las conclusiones.
12. Planteamiento de las recomendaciones.
13. Finalmente la elaboración de la propuesta.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS.**

A través del análisis cualitativo como es la entrevista que se realizó a los socios de la Empresa Las Anguilas Lasan se recolectó datos importantes a través de una guía de preguntas.

Una vez determinada la muestra que fue de 384 personas a las que se encuestaron se procedió a procesar la información a través de gráficos estadísticos de barras y circulares elaborados en el programa de Microsoft Excel, luego se procedió al análisis e interpretación de los mismos.

#### **3.2 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.**

Los instrumentos de la recolección de datos fueron por medio de encuestas piloto que se la realizó a 10 personas escogidas al azar. La validez se la determinó en la corrección de las encuestas piloto que se la realizó por segunda vez a 20 personas en las que no hubo ninguna corrección de las preguntas

#### **3.3 EJECUCIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.**

Las encuestas se las realizó en la provincia de Santa Elena para conocer si la Empresa ofrece un buen servicio a nivel peninsular, también para saber la conducta del consumidor.

La entrevista fue aplicada a los cinco socios de la Empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON”, obteniendo información importante para el presente estudio

### **3.1.1. Entrevista a los socios**

#### **1. ¿La empresa posee una estructura organizacional?**

La empresa Las Anguilas Lasa desde que inició sus actividades siempre se ha manejado de manera empírica en la actualidad tiene definido los puestos pero no asumen los cargos porque tienen otro trabajo y solo cuando hay reuniones llegan para dialogar sobre el mejoramiento de la empresa, solo están establecidos, ellos han recibido muchas recomendaciones para establecer una buena estructura organizacional para mejorar el desempeño interno.

#### **2. ¿Qué tipo de capacitación han recibido los empleados?**

Los empleados sólo reciben las capacitaciones o charlas que les da el encargado del área técnica, pero ellos aprenden cada día más ya sea porque buscan nuevas alternativas de reparación de equipos de computación en internet o por las invitaciones que les hacen llegarlos proveedores a conferencias, cuenta con personal especializado que aporta cada día con nuevos conocimientos para el beneficio de la empresa, en sí ellos a medida que pasa el tiempo van adquiriendo experiencia.

#### **3. ¿La empresa Las Anguilas Lasan cuenta con personal calificado?**

La empresa cuenta con personal calificado porque los socios les informan de las nuevas novedades que existe en el mercado sobre el mantenimiento de las computadoras y también se preparan a través de los seminarios que ofrecen sus proveedores.



Se hace todo lo posible para que los empleados participen en todos los seminarios, aunque esto requiere de inversión y en algunas ocasiones no es posible enviarlos a todos, en tal caso, se socializa con los compañeros de trabajo todos los conocimientos adquiridos que se gana en este tipo de eventos.

#### **4. ¿Utiliza algún inventario o control de mercadería?**

La empresa cuenta con un sistema integrado empresarial, que les permite llevar con mayor agilidad el buen manejo del inventario, además cuenta con tres aplicaciones que son de vital importancia para una empresa comercial.

De esta manera ellos saben cuál es la utilidad que tienen cada año.

#### **5. ¿La clientela que tiene la empresa Las Anguilas Lasan es fiel?**

La empresa cuenta con una clientela fija dentro de la provincia de Santa Elena, como no es muy reconocida no tiene tanta clientela pero lo importante es que estén satisfechos del servicio que reciben.

Los mismos clientes son los que les realizan publicidad boca a boca ya sea con familiares, amigos o conocidos.

#### **6. ¿La empresa cuenta con suficientes proveedores?**

En toda empresa siempre existe la competencia por lo que deben innovar en los productos, es muy indispensable que ellos cuenten con varios proveedores que les ofrezca facilidades en las adquisiciones de los productos tecnológicos, pero lamentablemente dentro de la provincia de Santa Elena este tipo de empresas no cuentan con distribuidores de productos tecnológicos por lo que deben trasladarse a otras provincias para adquirir los productos tecnológicos.

Por lo tanto es indispensable que haya empresas dentro de la península para que los pequeños empresarios no tengan que trasladarse a otra provincia para comprar todo lo que necesitan.

Por lo que siempre los socios buscan cubrir las necesidades de los consumidores ya que el entorno es cambiante y siempre tienen que estar a la altura para adquirir nuevos clientes.

#### **7. ¿Cómo administra usted sus finanzas?**

Gran parte del capital lo han invertido en mercadería, pero como en todo negocio deben tener caja chica para solventar cualquier problema que exista dentro de la empresa así ellos no quedan mal con ningún proveedor y mantienen la confianza, de esta manera van ganando mayor territorio con los proveedores y buenas referencias que les brindan.

#### **8. ¿Ha escuchado hablar sobre los planes de negocio y su aplicabilidad en las empresas?**

Los directivos de la empresa han escuchado sobre los planes de negocio que existen pero no saben con exactitud cuál es el beneficio que tendrá para la empresa pero están dispuestos a llevar a cabo esta propuesta porque siempre hay que innovar para mejorar el servicio y saber cuáles son las principales debilidades y amenazas que afectan la empresa

#### **9. ¿La empresa debe contar con un plan de negocios que oriente las actividades?**

La empresa debe contar con esta propuesta por lo que están dispuestos a aplicarla, ya que esto mejorará el desenvolvimiento tanto de empleados como directivos.

### **3.4 RESULTADOS CUANTITATIVOS.**

Su aplicación les ayudara a realizar grandes cambios por lo que deben adaptarse a todo lo que deben modificar esto siempre y cuando ayude a la empresa y sea en beneficio de los clientes ya que son el pilar fundamental del negocio y siempre tienen que saber que son parte primordial de la empresa.

La encuesta se aplicó a 384 personas de La Libertad, luego se procedió a organizar la información por medio de tablas y su respectiva representación en gráficos estadísticos elaborados en el programa Microsoft Excel, para ser interpretados y analizados.

De esta manera los usuarios dieron su opinión acerca de la empresa, si están conformes con el servicio que ofrecen, cuáles son sus fortalezas dentro de la Provincia de Santa Elena o si tienen alguna debilidad dentro del campo en que desempeñan sus actividades, por esta razón la empresa mediante esta investigación mejorará en lo que está fallando.

Las personas encuestadas manifestaron porque prefieren otros lugares donde ofrecen los mismos productos tecnológicos y es que el usuario prefiere las promociones que les brindan otras empresas porque los motivan a comprar o adquirir sus servicios, de esta manera Systecon mejorará sus servicios y aplicará estrategias para ganar mayor participación dentro de la península de Santa Elena.

Por medio de las estrategias Systecon aumentará sus ventas y mejorará su rentabilidad, tendrá ventaja competitiva en relación con la competencia, el personal será capacitado de manera eventual para que haya buena relación con el cliente y estos se sientan parte fundamental de la misma.

Finalizando con las conclusiones y recomendaciones que vayan en beneficio de la empresa Las Anguilas Lasan "SYSTECON"

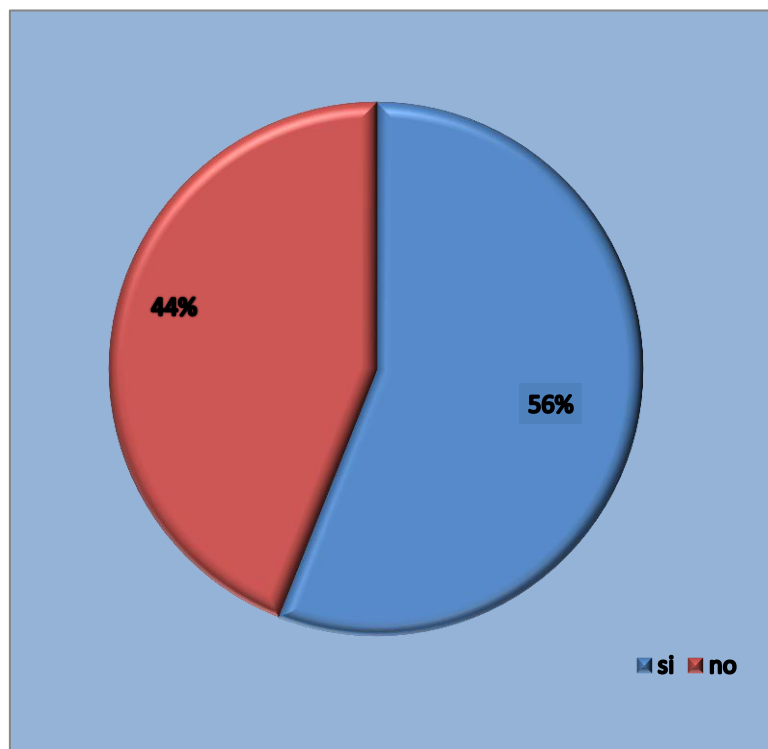
1. ¿Conoce la empresa las anguilas Lasan Systecon?

TABLA 1 Conocimiento de la empresa Systecon

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>1</b>	Si	215	56%
	No	169	44%
	Total	384	100%

FUENTE: Conocimiento de la empresa systecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 1 Conocimiento de la empresa Systecon



FUENTE: Conocimiento de la empresa systecon  
ELABORADO POR: Zambrano ChalenEdwin

La mayoría de las personas encuestadas conocen la empresa porque se la recomendaron familiares o amigos por la eficiencia de sus servicios, mientras que un porcentaje inferior no la conoce porque no tiene mucha publicidad acerca de los productos y servicios que ofrece o simplemente pasaban por el lugar pero jamás visitaron Systecon.

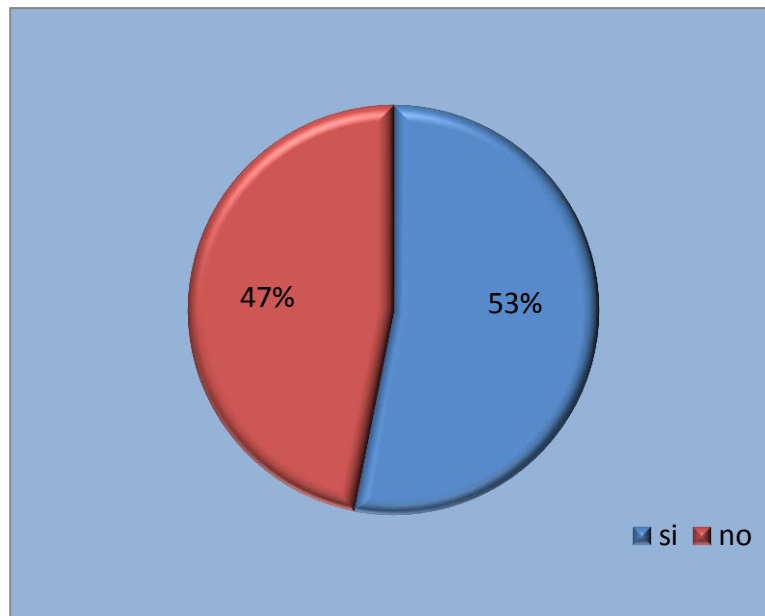
2. En los últimos 3 meses, ¿Ha adquirido algún servicio o producto que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 2 Adquisición de producto o servicio de la empresa Systecon

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>2</b>	Si	204	53%
	No	180	47%
	Total	384	100%

FUENTE: Adquisición de producto o servicio de la empresa systecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 2 Adquisición de producto o servicio de la empresa Systecon



FUENTE: Adquisición de productoo servicio de la empresa systecon  
ELABORADO POR: Zambrano ChalenEdwin

Las 384 personas encuestadas un porcentaje considerable adquiere un producto o servicio de la empresa porque es de excelente calidad, por la garantía y porque les explican cual de los respuestos que van ha utilizar les conviene, tambien por la diversidad de marcas qu esta al alcance del bolsillo de sus clientes, mientras que algunas personas no adquiere los productos o servicios porque no la conoce pero estaria dispuesta a recibir el servicio tecnico que ofrecen.

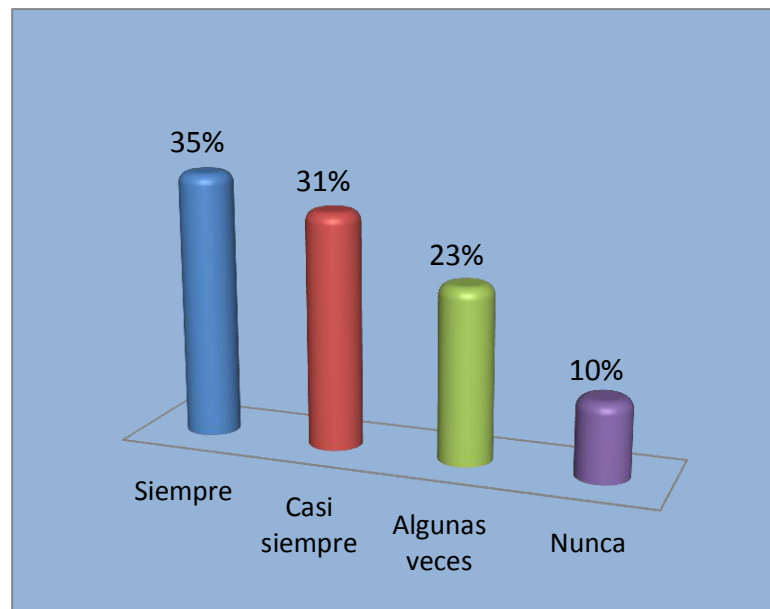
3. ¿Con qué frecuencia usted compra en la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 3 Frecuencia de compra en la empresa Systecon

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
3	Siempre	135	35%
	Casi siempre	120	31%
	Algunas veces	89	23%
	Nunca	40	11%
	Total	384	100%

FUENTE: Frecuencia de compra en la empresa sytecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 3 Frecuencia de compra en la empresa Systecon



FUENTE: Frecuencia de compra en la empresa sytecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

La mayoría de los usuarios respondieron que siempre compran en la empresa por la garantía y el servicio técnico que ofrecen, ya que cuentan con productos reconocidos en el mundo tecnológico y sistemas actualizados lo que brinda mayor confianza hacia sus clientes, mientras que un porcentaje mínimo prefieren locales más cercanos a su domicilio.

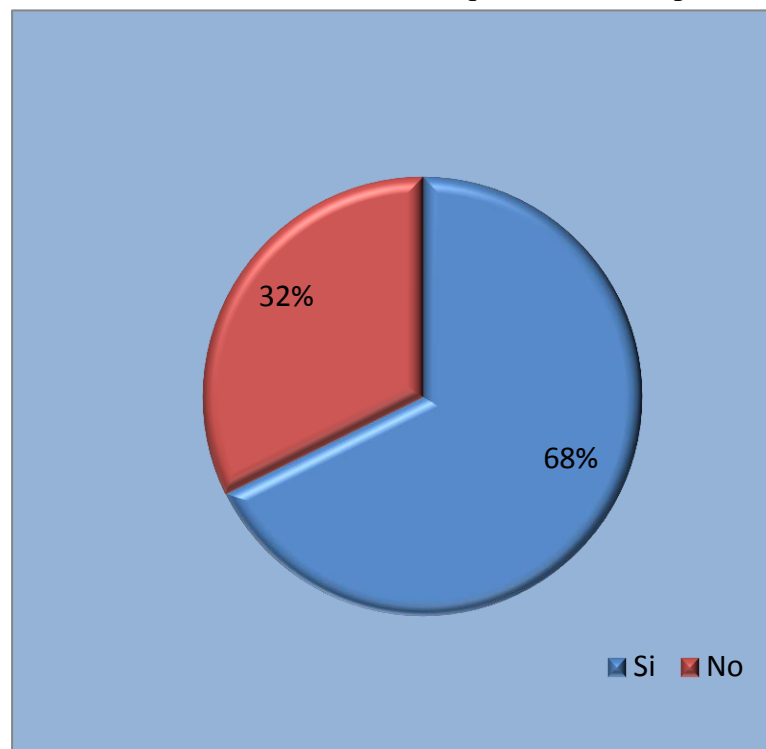
4. ¿Está satisfecho de los servicios que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 4 Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa Systecon

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	260	68%
	No	124	32%
	Total	384	100%

FUENTE: Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa ssysytecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 4 Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa Systecon



FUENTE: Satisfacción de los servicios que ofrece la empresa ssysytecon  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Las personas encuestadas expresan que el servicio que ofrece la empresa es satisfactorio debido a la explicación que les brindan al momento de reparar el equipo ya que ningun otro lugar les dan esta clase de información, existe un poco de inconfomidad por lo que algunos usuarios no quieren acceder a los servicios debido a esto la empresa debe mejorar para ganarse la confianza de estos clientes.

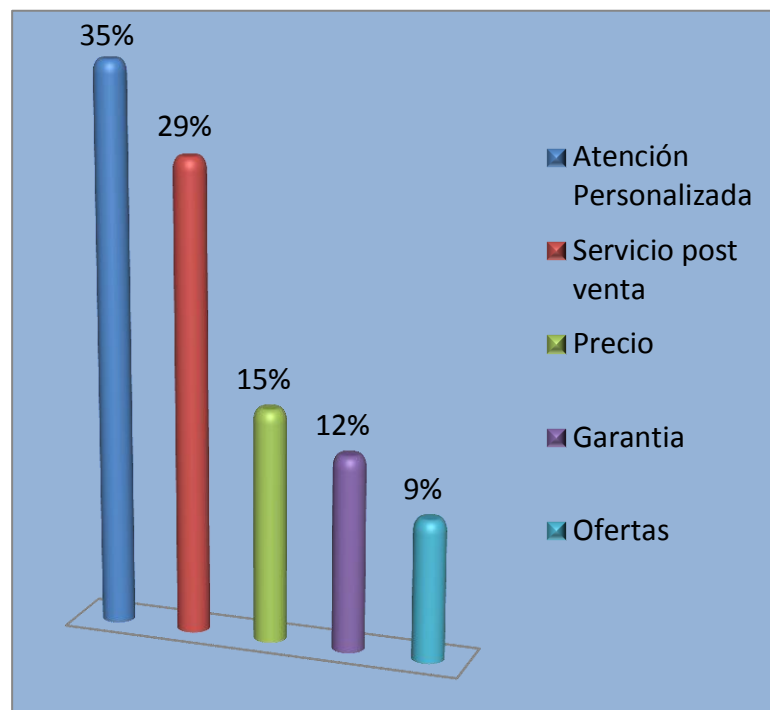
5. ¿Cuáles son las características por las que usted prefiere la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 5 Características por las que prefiere la Empresa

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
5	Atención Personalizada	134	35%
	Precio	56	15%
	Ofertas	34	9%
	Servicio post venta	113	29%
	Garantía	47	12%
	Total	384	100%

FUENTE: Características por lo que prefiere la empresa  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 5 Características por las que prefiere la empresa



FUENTE: Características por lo que prefiere la empresa  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Los usuarios manifestaron que la atención personalizada es excelente porque ningún establecimiento de la competencia realiza este servicio, por otra parte el servicio post-venta es muy bueno porque explican las características de sus diferentes productos desde la calidad hasta la garantía .



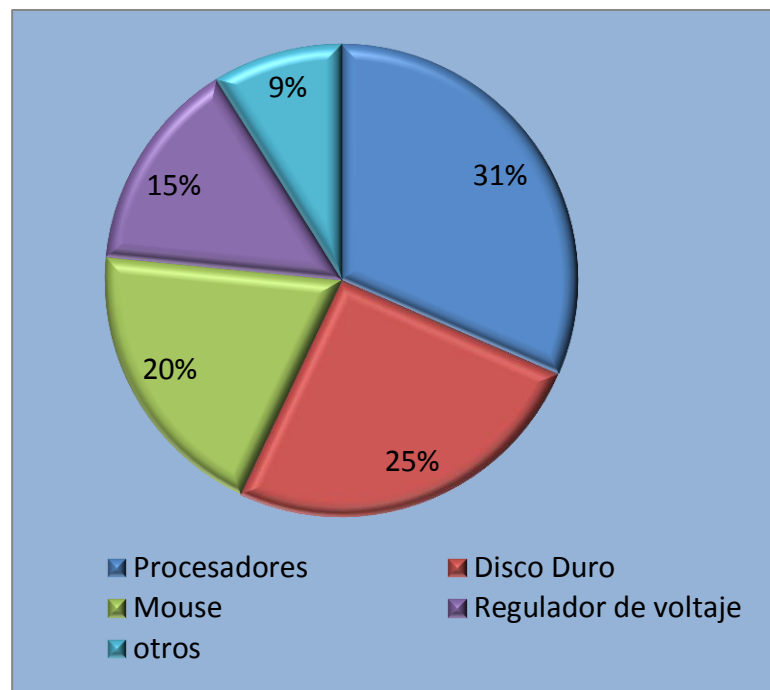
6. ¿Cuál es el producto que adquiere con mayor frecuencia?

TABLA 6 Producto que adquiere con mayor frecuencia.

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
6	Procesadores	121	31%
	Disco Duro	98	25%
	Mouse	75	20%
	Regulador de voltaje	56	15%
	Otros	34	9%
	Total	384	100%

FUENTE: Producto que adquiere con mayor frecuencia  
 ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 6 Producto que adquiere con mayor frecuencia



FUENTE: Producto que adquiere con mayor frecuencia  
 ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Respecto al producto que adquiere con mayor frecuencia son los procesadores por la calidad, seguido del disco duro por la garantía, un número considerable de encuestados manifestaron acerca de los mouse porque son prácticos y muy económicos, como el regulador de voltaje y los pen drive porque se utilizan en el medio con mayor frecuencia.

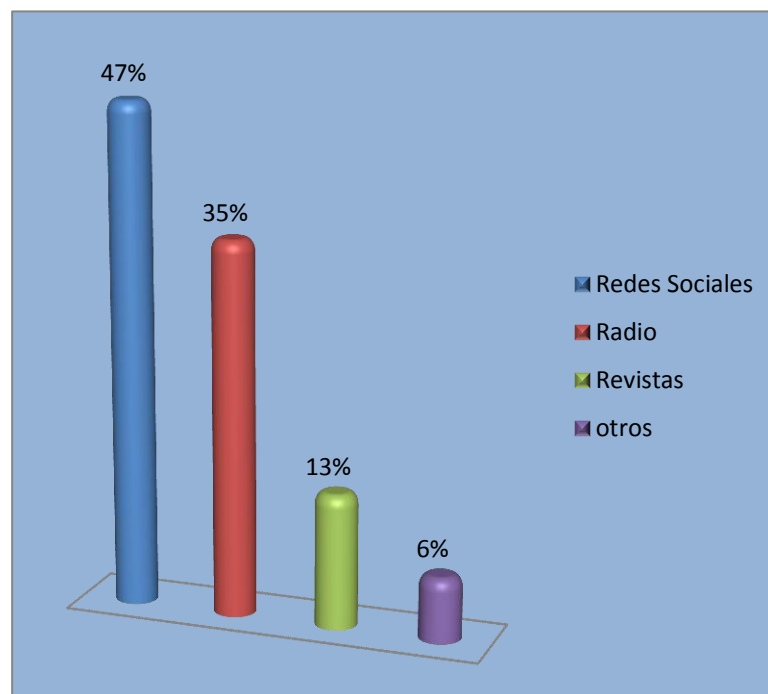
7. ¿En qué medio se informa sobre productos y servicios tecnológicos?

TABLA 7 Medios donde se informa sobre latecnología

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>7</b>	Revistas	48	12%
	Radio	133	35%
	Redes Sociales	178	47%
	Otros	23	6%
	Total	382	100%

FUENTE: Medios donde se informa sobre la ecnología  
 ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 7 Medios donde se informa sobre la tecnología



FUENTE: Medios donde se informa sobre la ecnología  
 ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

De las personas encuestadas la mayoría se informa de los productos tecnológicos por medio de las redes sociales debido a la gran demanda que tiene, por otro lado personas de escasos recursos solo se informan por la radio ya que está al alcance y siempre hay algo novedoso e interesante, muy pocas personas se informan por medio de las revistas ya que es poco común en el medio

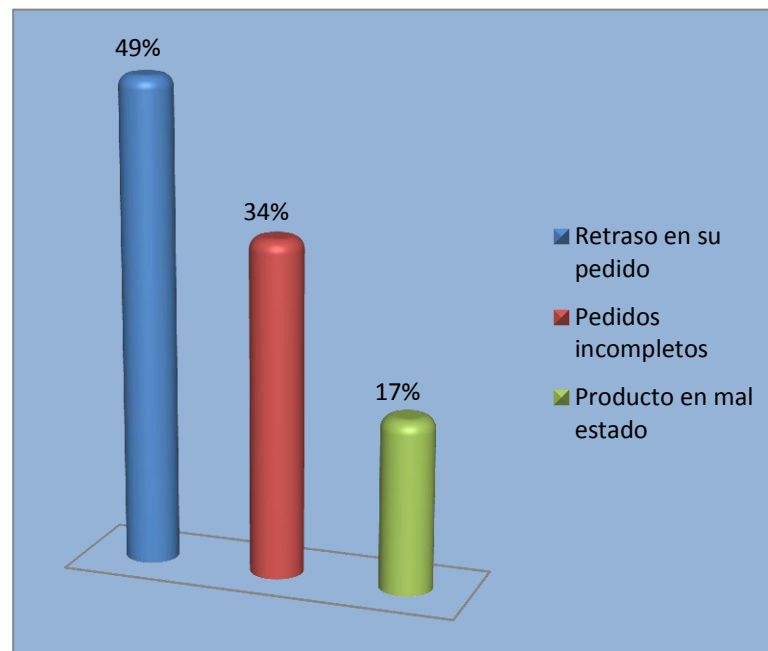
8. ¿Cuáles son los inconvenientes que se les presentan a la hora de recibir la mercadería en la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 8 Inconvenientes a la hora de recibir la mercadería

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
8	Retraso en su pedido	187	49%
	Pedidos incompletos	130	34%
	Producto en mal estado	67	17%
	Total	384	100%

FUENTE: Inconveniente a la hora de recibir la mercadería  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 8 Inconvenientes a la hora de recibir la mercadería



FUENTE: Inconveniente a la hora de recibir la mercadería  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Con respecto a las encuestas expresan acerca del inconveniente que han tenido al momento de realizar un pedido, porque no les entregan a tiempo el producto porque no ha llegado completo la mercancía y esto le ocasiona problemas al momento de instalar algún equipo y otra de las razones es que la mercadería llega con defectos.

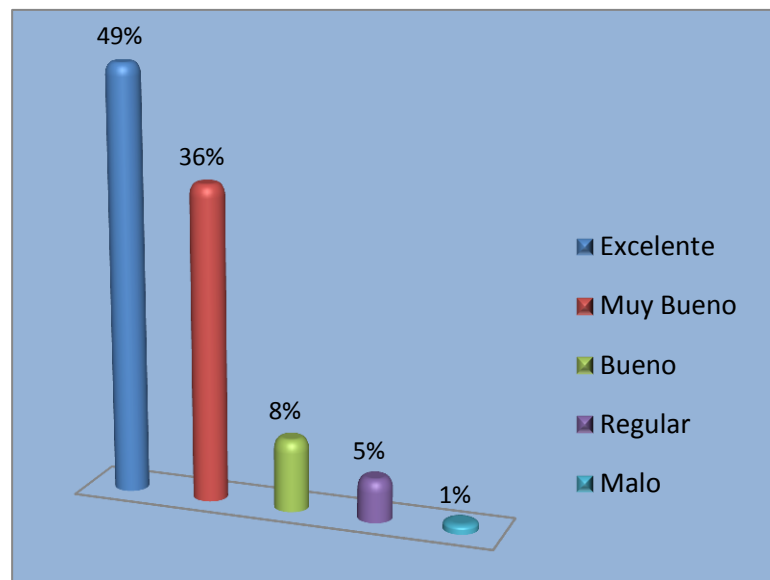
9. ¿Cómo calificaría el servicio que le ofrece el personal de la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

TABLA 9 Servicio que ofrece el personal

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
9	Excelente	189	49%
	Muy Bueno	140	36%
	Bueno	32	8%
	Regular	19	5%
	Malo	4	1%
	Total	384	100%

FUENTE: Servicio que ofrece el personal  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 9 Servicio que ofrece el personal



FUENTE: Servicio que ofrece el personal  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Expresan los encuestados que el servicio es excelente porque les explican las ventajas y desventajas de los productos, desde la marca, garantía tiempo de uso al momento de adquirir el producto y servicio, algunos opinan que es muy buenoporque existe diferencia con la competencia porque no ofrecen este servicio, mientras que otros opinan que es bueno porque el mismo servicio adquieren en otro lado.

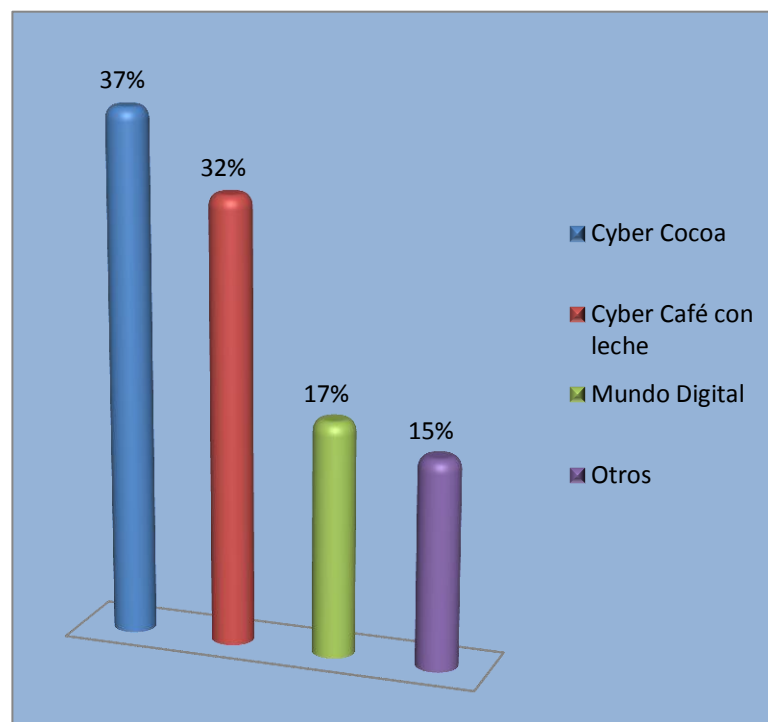
10. ¿En qué lugar compra productos tecnológicos?

TABLA 10 Lugar donde compra productos tecnológicos

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>10</b>	CyberCocoa	142	37%
	Cyber Café con leche	121	31%
	Mundo Digital	64	17%
	Otros	57	15%
	Total	384	100%

FUENTE: Lugar donde compra productos tecnológicos  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 10 Lugar donde compra productos tecnológicos



FUENTE: Lugar donde compra productos tecnológicos  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

De las 384 personas encuestadas la mayoría compra en Cyber Cocoa porque es reconocido a nivel local, mientras que un número considerable adquiere los servicios del Cyber Café con Leche porque también los precios son módicos, otros prefieren Mundo Digital porque se lo recomendaron y los precios están por debajo de otros establecimientos.

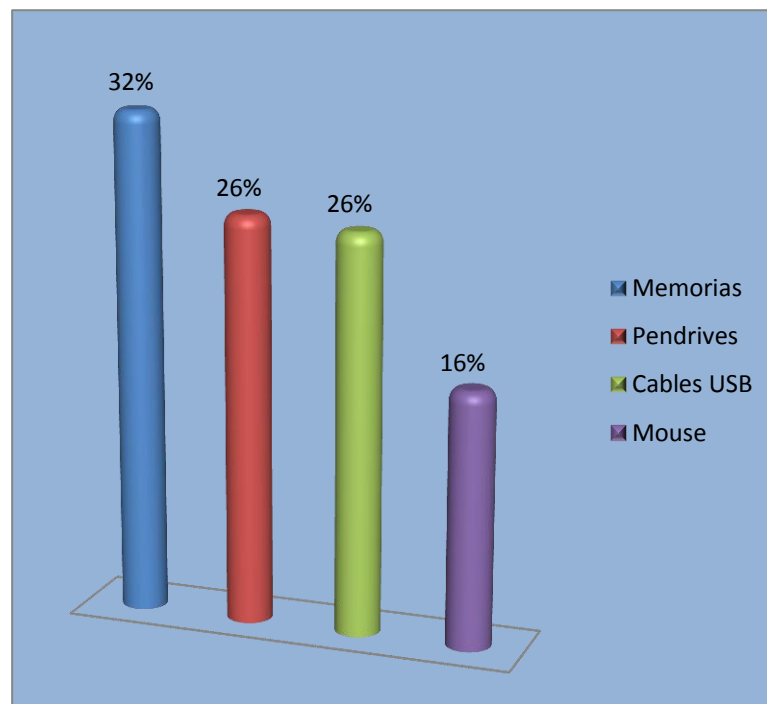
## 11. ¿Qué productos adquiere de la competencia?

TABLA 11 Producto que adquiere de la competencia

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>11</b>	Memorias	123	32%
	Pen drives	100	26%
	Cables USB	98	26%
	Mouse	63	16%
	Total	384	100%

FUENTE: Producto que adquiere de la competencia  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 11 Producto que adquiere de la competencia



FUENTE: Producto que adquiere de la competencia  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

La mayoría de las personas encuestadas compran en la competencia memorias porque son mas economicas, los pendrives estan al mismo valor y es mas fácil adquirir en cualquier parte, tambien expresa que los cables USB son lo mismo y los mouse por lo que prefiere comprarlos en cualquier local.

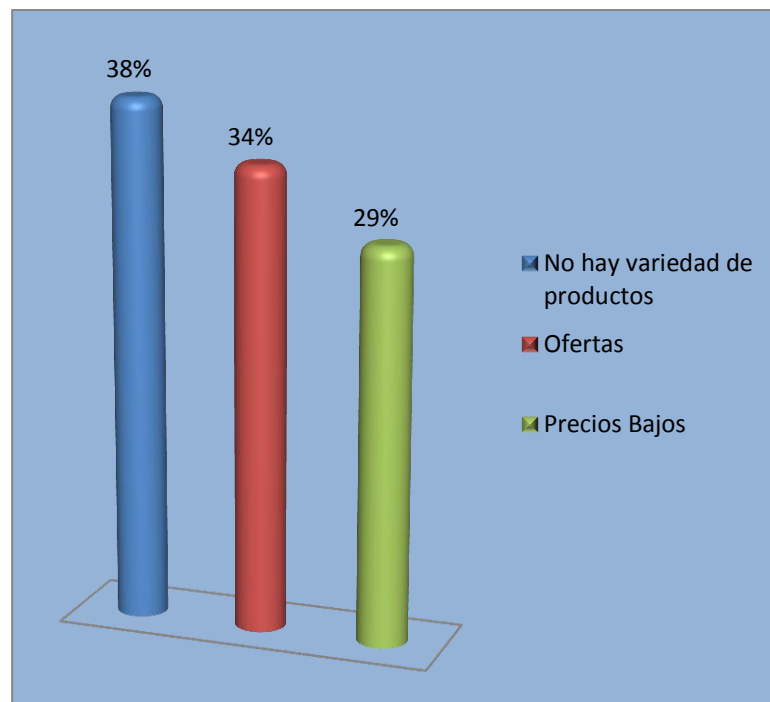
12. ¿Por qué adquiere los servicios de la competencia?

TABLA 12 Adquisición de servicios de la competencia

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
12	No hay variedad de producto	145	38%
	Precios Bajos	110	29%
	Ofertas	129	33%
	Total	384	100%

FUENTE: Adquisición de servicios de la competencia  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 12 Adquisición de servicios de la competencia



Adquisición de servicio de la competencia  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

FUENTE:

Respecto a las encuestas realizadas un porcentaje considerable de la población adquiere productos de la competencia porque en la Empresa Systecon no hay variedad de producto, mientras que una parte de la población opinan que en la competencia los precios son más bajos no es mucha la diferencia pero hay que ahorrar y más aún en época escolar, porque otros establecimientos ofrecen rifas, sorteos lo que la Empresa Systecon no ofrece.

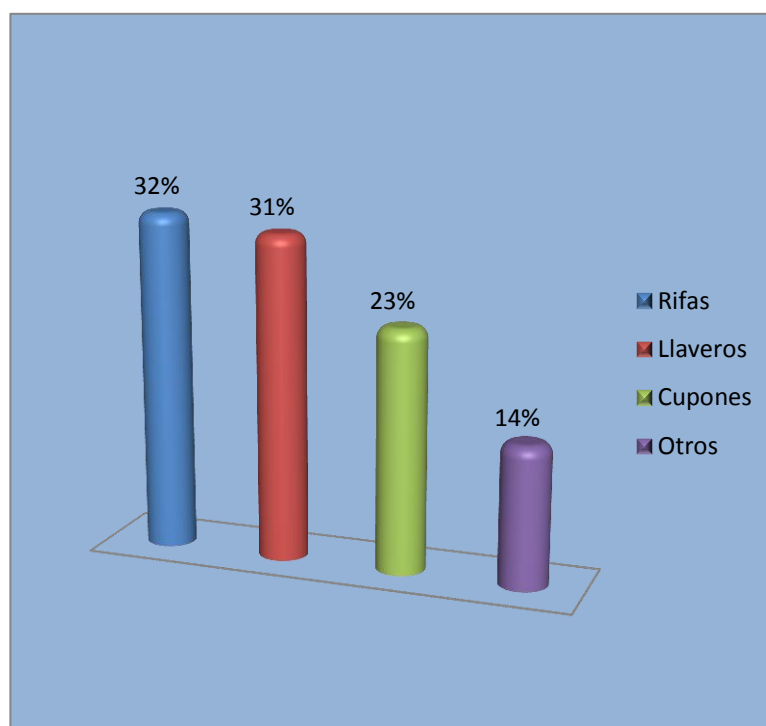
13. ¿Qué incentivos le gustaría recibir por parte de la empresa?

TABLA 13 Incentivos que recibiría de la empresa

Ítem	Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>13</b>	Rifas	124	32%
	Llaveros	119	31%
	Cupones	89	23%
	Otros	52	14%
	Total	384	100%

FUENTE: Incentivo que recibiría de la empresa  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

GRÁFICO 13 Incentivos que recibiría de la empresa



FUENTE: Incentivo que recibiría de la empresa  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

De las 384 personas encuestadas la mayoría opina que la empresa Systecon debe incentivar a sus clientes a través de rifas porque tienen la esperanza de ganar, como también entregándoles llaveros al momento de una compra para que realicen publicidad boca a boca con sus familiares porque ningún local de productos tecnológicos regala un llavero al momento de la compra.



### **3.5 CONCLUSIONES.**

En los resultados cuantitativos las 384 personas encuestadas adquiere un producto o servicio de la empresa porque es de excelente calidad y por la garantía pero algunos no la conocen por lo que no realiza mucha publicidad y no saben de los servicios que ofrece.

Los servicios que ofrece la empresa son satisfactorios para los clientes porque les gusta el servicio personalizado que brinda la empresa ya que es una de las características en el que se desenvuelven con mayor rapidez.

La mayoría de las personas prefieren comprar en la competencia las memorias porque son más económicas, adquiere pendrives porque están al mismo valor y es más fácil adquirir en cualquier parte, como los cables USB y los mouse.

Opina que a través de la publicidad se incentiva para comprar en la competencia, mientras que otros se refieren a los canjes de productos deteriorados, y por las promociones que hay en otras empresas y expresa que son por otras razones.

La mayoría de las personas les gustaría que la empresa realice rifas, entregue llaveros porque esto les motiva a realizar sus compras o adquirir los servicios que ofrece la empresa.

### **3.6 RECOMENDACIONES.**

La empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” debe realizar mayor publicidad para ser reconocido a nivel peninsular debe buscar un local en una parte estratégica para tener mayor clientela.

Debe capacitar a sus empleados de manera continua y rotarlos en sus cargos para que todos conozcan lo que se realiza en diferentes áreas para que así todos estén conformes de la labor que realiza.

Para los clientes es más fácil comprar en el centro del cantón La Libertad y se les hace muy tedioso ir a otro local cuando sabe que el precio es el mismo, entonces la empresa debe buscar estrategias en el precio de tal manera que no afecte la economía de la empresa ni la del cliente.

Los clientes siempre buscan el lugar en donde les brinden ofertas por lo tanto la empresa debe realizar este tipo de promociones ya sea rifas, sorteos entre otros de tal manera que nuestros clientes se conviertan en clientes potenciales.

Es necesario realizar un plan de negocio para la empresa Las Anguilas Lasan para realizar una expansión dentro de la provincia de Santa Elena.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN S.A. SYSTECON DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN.**

El plan de negocio en la empresa "Las Anguilas Lasanbusca mejorar las condiciones laborales tanto en el área administrativa y financiera permitiendo de esta manera aprovechar las fortalezas para maximizar las oportunidades disminuyendo las amenazas que existe en el entorno. La propuesta tiene la finalidad de estimular el crecimiento económico de la empresa y abrir fuentes de trabajo a nivel Peninsular.

Está compuesto por la descripción de la empresa, análisis de oferta y demanda, identificación de competidores, el marketing mix, estrategias competitivas y de distribución, organigrama estructural y análisis de impacto del proyecto.

#### **4.2 RESUMEN EJECUTIVO.**

El plan de negocio tiene la finalidad de implementar en la empresa Las Anguilas Lasan "Systecon" una estructura organizativa mediante el cual los socios de la misma aplicaran las estrategias necesarias al momento de vender equipos de computación y servicio de reparación y mantenimiento de las mismas.

La empresa tiene ventaja de ofrecer productos de calidad a precios bajos sin la necesidad de afectar la calidad, el entorno es tan competitivo la empresa debe realizar publicidad para ser reconocidos a nivel provincial.

#### **4.2.1 Análisis de la oportunidad.**

Instituciones publicas como privadas requieren de este tipo de servicios por lo que seria una oportunidad que existe en el entorno, ya que son pocas las microempresas que se dedican a la reparación y venta de computadoras.

La empresa Las Anguilas Lasan cuenta con servicio personalizado porque tambien realiza mantenimiento de computadoras en su domicilio para que ya no tenga la necesidad de trasladarse desde su domicilio hasta el lugar donde las arreglan ni tenga preocupación que les cambien las piezas de su computador por unas deterioradas.

En el caso que visite la empresa le reciben con la mayor atención mientras usted visualiza como reparan su ordenador y para que se distraiga un poco cuenta con televisión pagada para que no este aburrido mientras espera por su computador, esta empresa cuenta con esta ventaja que ninguna empresa la realiza dentro de la Provincia de Santa Elena.

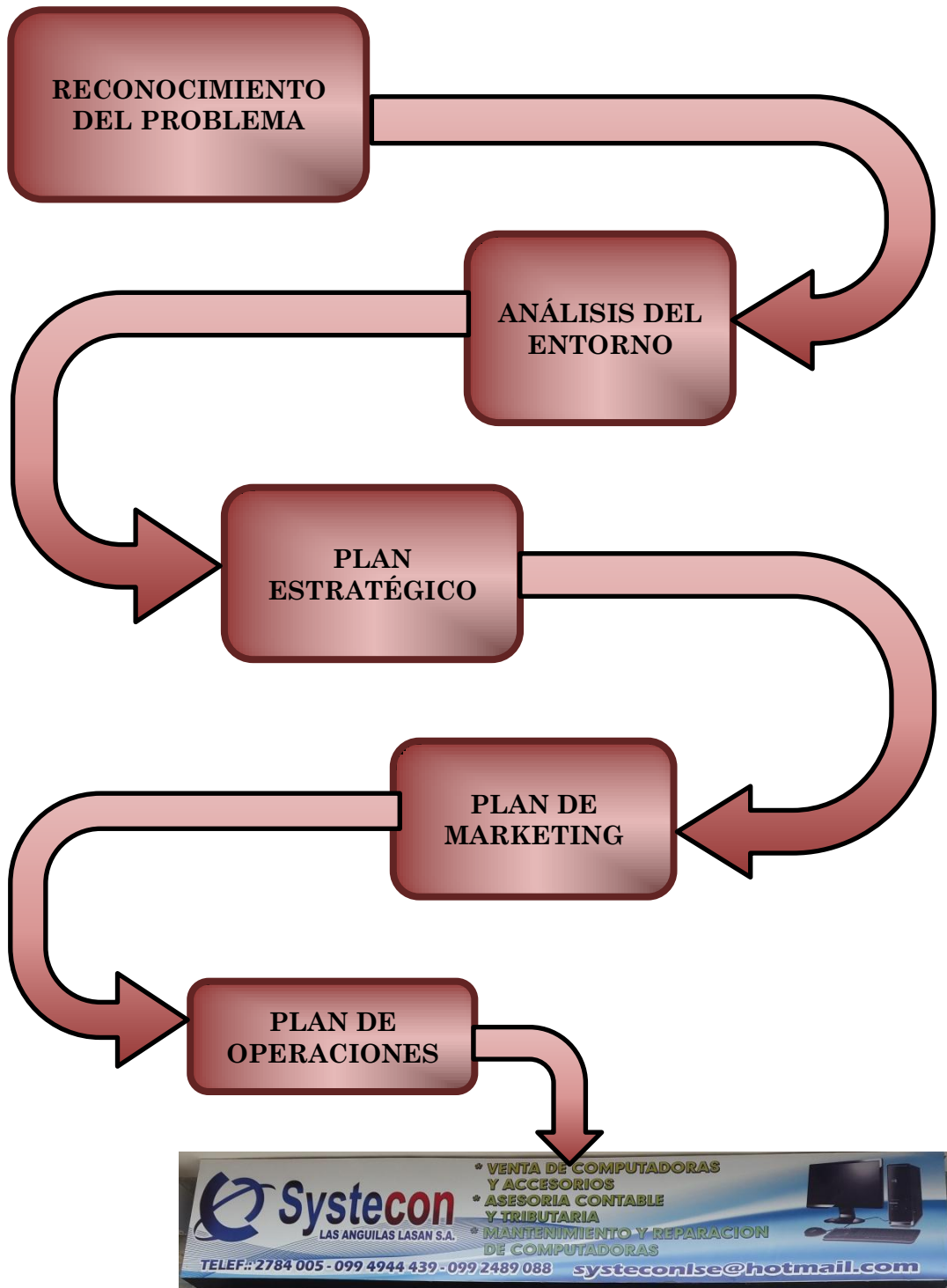
#### **4.2.2 Presentación del modelo de negocio.**

El plan de negocio involucra mejoras en el producto y en la prestación del servicio que ofrece, tambien se implantara la relación con los clientes para posicionarlo en la mente de los consumidores.

Para lograr este objetivo en los clientes se realiza un proceso interno y externo para conseguir que la imagen quede gravado en la mente de los consumidores, a la mayoría de los clientes les gusta los incentivos que realizan las empresas.

La empresa para ser reconocida y aumentar sus ventas debe implementar estrategias de producto y mejorar el servicio postventa para mantener la relación con el cliente y mejorar el ambiente de trabajo dentro de la empresa.

El modelo a seguir es el modelo de canvas por tener un enlace entre sus actividades estimulando las influencias externas de los clientes, identificando las percepciones en la decisión de compra para lograr aumentar las ventas.



FUENTE: Investigación de campo  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

### 4.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO.

#### 4.3.1 Segmentación de mercados.

La provincia de Santa Elena tiene una población de 308.693, el segmento que se escogió son los habitantes del cantón La Libertad que corresponde a 18110 habitantes, por lo tanto nuestro mercado meta es de 242 personas a las que la empresa va a llegar con sus servicios de reparación y mantenimiento de computadoras y las ventas de las mismas.

El tipo de segmentación que se aplicará es geográfica, demográfica.

**TABLA 14 Variables de segmentación.**

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN		DESGLOSES HABITUALES
GEOGRÁFICA	País:	Ecuador
	Provincia:	Santa Elena
	Cantón:	La Libertad
DEMOGRÁFICAS	Género:	Femenino y masculino
	Edad:	20 a 50 años

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin.

#### 4.3.2 Identificación de los competidores.

##### Competidores actuales.

El sector tecnológico tiene mayor competencia a nivel provincial debido a que existen diferentes lugares donde se pueden adquirir esta clase de productos

tecnológicos, estas empresas son reconocidas a nivel peninsular debido a su trayectoria comercial.

La empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” sus competidores constituyen una gran amenaza debido al posicionamiento que tienen dentro de la península como son ubicación, precio y garantía.

**TABLA 15 Competidores actuales**

<b>COMPETIDORES ACTUALES</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>
<b>CYBER COCOA</b>	<b>CENTRO DE LA LIBERTAD</b>	<b>CYBER, VENTA Y REPARACIÓN</b>
<b>CYBER CAFÉ CON LECHE</b>	<b>SIETE ESQUINAS</b>	<b>CYBER Y REPARACIÓN</b>

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano ChalenEdwin.

Cyber Cocoa está ubicada en una parte muy estratégica para la comercialización de sus productos además cuenta con cyber y siempre realiza rifas entre sus clientes en época escolar, esto incentiva al cliente adquirir sus productos porque tiene la esperanza de ganarse una computadora.

A pesar que el trato no es acogedor pero los clientes acuden por las promociones que reciben por parte del cyber.

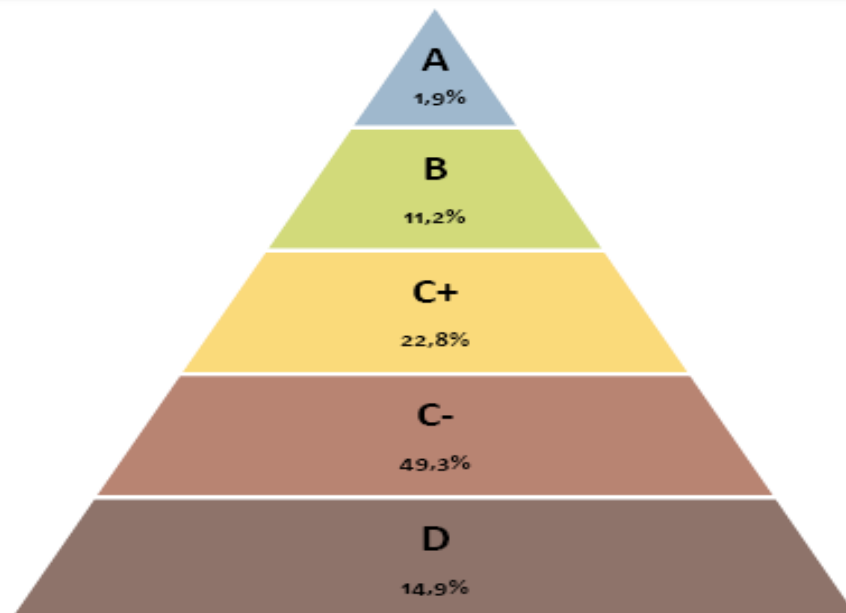
Cyber Café con Leche tiene muy buenas referencias ya que ha trabajado por un largo tiempo y también realiza reparación de computadoras además cuenta con una sala de recepción en donde el cliente espera cómodamente mientras le arreglan el computador.

### 4.3.3 Identificar la audiencia meta.

La provincia de Santa Elena tiene una población de 308.693, en el cual se segmenta la población por cantón.

La empresa para calcular su mercado meta requiere llegar al nivel socio-económico D siendo el mercado disponible, solo el 30% tiene la capacidad, el total de la población del cantón La Libertad es 18110 habitantes, tiene un mercado potencial entre los años de 20 a 50 años que representa un 30% de la población del cantón.

**FIGURA 1 Nivel socioeconómico**



FUENTE: INEC - NSE 2011  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

$$\text{Mercado potencial} = 18110 * 30\% = 5.433$$

$$\text{Mercado Disponible} = 5.433 * 14.9\% = 809,52$$

$$\text{Mercado Meta} = 809,52 * 30\% = 242$$

Mercado penetrado = 4623,48 personas que adquieren productos tecnológicos.



El mercado meta de la empresa es de 242 personas donde ejecutará el marketing y plan estratégico para lograr el objetivo.

#### 4.4 ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA.

##### 4.4.1 Proyección de la demanda.

La empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” ha considerado laptop, pen drive, memorias y disco duro para el respectivo análisis de la demanda, el mismo que se determino mediante una hipotesis de trabajo en el cual se indago cuantos productos tecnologicos de las diferentes marcas vendia anualmente.

Se estimo la demanda según las ventas que realiza la empresa actualmente, las cuáles se duplican al momento de aplicar estrategias y tenemos como resultado que para el quinto año tendra una demanda de 3479.

**TABLA 16 Proyección de la demanda.**

DEMANDA ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LAPTOP	250	340	500	589	799
PEN DRIVE	500	700	940	1200	1500
MEMORIAS	300	420	560	640	780
DISCO DURO	100	120	200	280	400
<b>TOTAL</b>	1150	1580	2200	2709	3479

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Con respecto a laptop en el primer año tendrá una demanda de 250, en el segundo año de 340, en el tercer año se incrementará a 500 por lo que para el cuarto año es de 589, mientras que para el quinto año 799 se puede deducir que tendrá una gran demanda para los próximos años ya sea en pen drive, memoria y disco duros que son los productos escogidos para la proyección de la demanda.

#### 4.4.2 Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta para la empresa Las Anguilas Lasan Systecon para los próximos cinco años se refleja en la siguiente tabla.

**TABLA 17 Proyección de la oferta**

LUGARES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SANTA ELENA	150	190	200	240	680
SALINAS	98	150	300	340	400
LA LIBERTAD	70	130	320	460	500
PALMAR	80	150	400	520	600
<b>TOTAL</b>	398	620	1220	1560	2180

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

En la proyección de la oferta mediante la aplicación del plan de negocio para el cantón Santa Elena en el primer año es de 150, el cuál tiene un aumento significativo hasta el quinto año que es de 680.

Palmar por estar ubicado en parte lejana de la empresa su crecimiento es lento pero a medida que pasa el tiempo aumenta hasta llegar a 600 para el quinto año. También se considero se consideró Salinas, La Libertad y Palmar porque de estar partes son los clientes que acuden a la empresa, son sus clientes más frecuentes por la gran aceptación que tiene la empresa en la comuna.

En la tabla anterior se puede visualizar que la oferta en los diferentes cantones asciende progresivamente por lo que es factible realizar el plan de negocio.

Por lo tanto es factible conocer que tiempo ha ido comercializando sus productos la empresa para saber con exactitud si la estimación de la oferta es factible

#### **4.4.3 frecuencia de uso/compra.**

La empresa Las Anguilas Lasan es una empresa que se dedica a la compra y venta de equipos de computación su frecuencia de compra es semanal por lo que la cobertura en sus pedidos es estricta salvo el caso en que los proveedores no cuenta con equipos esto retrasa los pedidos en sus clientes. Debe buscar nuevos proveedores para que los productos tecnológicos se puedan entregar a tiempo y los clientes esten satisfechos, siempre estarán seguros que en la empresa Las Anguilas Lasan encuentran todo lo que necesitan.

La empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” trata de cubrir las necesidades y expectativas de sus clientes por medio de las marcas reconocidas y la garantía que las mismas ofrecen por ser las mejores en el mundo de la tecnología.

Sin embargo existen clientes que son demasiados exigentes por lo que debe aplicar estrategias de ventas y persuadirlo para incentivarlos a la compra. Con la innovación del servicio y valor agregado en los productos, la empresa adquiere gran participación en el mercado.

#### **4.5 PLAN ESTRATÉGICO.**

Para efectuar el respectivo análisis FODA de la empresa Las Anguilas Lasan, se consideraron la evaluación de los factores externos e internos que afectan a la empresa.

El análisis se realiza con la finalidad de conocer los factores que pueden afectar o beneficiar a la empresa; es decir, se debe mitigar las debilidades, enfrentar las amenazas, fomentar las fortalezas y aprovechar las oportunidades.

La empresa debe aprovechar las fortalezas para mejorar a la competencia esto logra por medio de las estrategias y así minimizar las debilidades.

Toda empresa debe tener siempre un plan de contingencia porque nunca se sabe qué pasará en el futuro, debe estar preparado para cualquier emergencia que exista dentro de la empresa ya sea si va la energía eléctrica o cualquier otro evento que pase.

Podemos deducir que la empresa debe conseguir su propio local y tener sucursales dentro de la provincia con esto ganará experiencia en el mercado laboral y sus clientes ya no tendrán que acudir a la matriz sino que podrá acudir cualquiera de sus locales porque tiene la certeza que en cualquiera de los lugares será bien atendido.

Con respecto a las debilidades debe contar con un plan estratégico, realizar publicidad agresiva dentro de la Península de Santa Elena.

#### **CUADRO 5 F.O.D.A. de la Empresa Las Anguilas Lasan**

<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>DEBILIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ubicación geográfica apropiada.</li><li>- Experiencia en el mercado.</li><li>- Precios competitivos.</li><li>- Buena cartera de clientes.</li><li>- Servicio personalizado</li><li>- Calidad en el servicio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Falta de plan estratégico a largo plazo.</li><li>- Falta de publicidad.</li><li>- Infraestructura física deteriorada.</li><li>- Falta de estructura organizacional.</li><li>- Falta de otros puntos de venta.</li></ul>

<u><b>OPORTUNIDADES</b></u>	<u><b>AMENAZAS</b></u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Distribución exclusiva de otros productos.</b></li> <li>- <b>Uso de estrategias.</b></li> <li>- <b>Explorar nuevos nichos de mercado fuera de la Provincia.</b></li> <li>- <b>Mejor imagen corporativa de la empresa.</b></li> <li>- <b>Crecimiento económico del negocio.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran número de competidores.</li> <li>- Inestabilidad política-económica.</li> <li>- Aumento de los costos de venta.</li> <li>- Cambios en el comportamiento del consumidor.</li> <li>- Promociones agresivas por parte de la competencia.</li> </ul>

Fuente: Las Anguilas Lasan  
 Elaborado por: Zambrano Chalen Edwin

#### **4.5.1 Filosofía corporativa.**

Nuestra empresa tiene una filosofía basado en la calidad de nuestros productos para que nuestros clientes se sientan seguros en la adquisición de nuestros equipos y servicios que ofrecemos.

#### **4.5.2 Misión.**

"Proveer productos y servicios de informática necesarios para dotar a las empresas y familias de las herramientas necesarias para su desarrollo y conectividad, a través de la representación local de marcas líderes mundiales en Tecnología"

#### **4.5.3 Visión.**

"Ser líderes del mercado informático en la provincia de Santa Elena, comercializando equipos y servicios de calidad mediante personal altamente

capacitado, orientado a la satisfacción de las necesidades de los clientes que fomenten el desarrollo permanente de nuestra región”

#### **4.5.4 Valores.**

Los valores se guían en las acciones y comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la empresa Las Anguilas Lasan.

- **Honestidad:** Crear confianza en los clientes.
- **Respeto:** Mantener buena relación de trabajo entre cliente y empleado.
- **Responsabilidad:** Mantener un desempeño eficiente y ágil.
- **Compromiso:** Cada empleado debe realizar sus labores en base a la disciplina, honestidad y responsabilidad en las funciones.

#### **4.5.5 Objetivo del plan de negocio.**

##### **4.5.5.1 Objetivo General.**

Maximizar en un 100% la eficiencia y eficacia de los procesos del producto para la productividad de la empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON”, manteniendo los estándares de calidad, en el siguiente año

##### **4.5.5.2 Objetivos específicos.**

- Establecer herramientas de promoción para estimular al público objetivo
- Incrementar en un 20% las ventas anuales.

- Establecer estrategias para los clientes generando buena atención y rentabilidad en las ventas.

#### **4.5.6 Estrategias.**

##### **4.5.6.1 Estrategia de liderazgo en costo.**

La empresa Las Anguilas Lasan debe luchar por ganar mayor participación en el mercado por lo que debe bajar los precios ya que los clientes son sensibles a los precios y de esta manera logrará atraer mayor clientela.

Manteniendo precios bajos en comparación con la competencia la empresa aumentará su cartera de clientes y podrá expandirse a nivel nacional e internacional, los clientes siempre buscan economizar y si es de ahorrar unos centavos siempre acuden al local donde encuentra el mismo producto a bajo precio, esta estrategia los ayudará a ser reconocidos dentro de la provincia de Santa Elena y en un futuro a nivel nacional como las grandes empresas de productos tecnológicos..

##### **4.5.6.2 Estrategia de excelencia operativa.**

Esta estrategia permite a la empresa lograr la eficiencia de los procesos del producto, manejando costos bajos y entregando valor pero sin afectar la calidad esto les permite tener una ventaja competitiva.

La excelencia operativa en la empresa es muy importante porque podrá captar mayor cantidad de personas, debe tener en cuenta que con unos precios accesibles tendrá mayor afluencia de personas.

Sin embargo esto puede terminar en una guerra de precios con sus competidores potenciales, en muchas ocasiones hará que la empresa disminuya costos y bajar precios, pero sin disminuir la calidad del producto

#### **4.5.6.3 Estrategia de promoción y comunicación.**

Esta estrategia permite convencer al mercado meta y persuadirlo para que adquieran el producto que ofrece la empresa y cumplir con los objetivos planteados como venta personales, publicidad, promoción de venta, relaciones públicas etc.

**FIGURA2 Gorras**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin



**FIGURA3 Llaveros**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### **4.5.6.4. Estrategia de liderazgo de calidad enfocada hacia el cliente.**

Para lograr esta estrategia todos los integrantes de la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon” están conscientes de que la calidad es una ventaja competitiva que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado y mejora las utilidades, les permite obtener la diferenciación con la competencia, capacitando al personal, motivarlo, lo que con lleva brindar un servicio de calidad y optimo logrando que los cliente se vuelvan más leales y potenciales.

#### **4.5.6.5Estrategia ventaja competitiva.**

Se diferencia de las otras empresas, debido a que cuenta con personal capacitado para que preste un buen servicio al cliente de manera rápida y efectiva para que el

cliente se sienta satisfecho del servicio brindado por lo que de esta manera ellos les recomendaran ante sus amigos, familiares y conocidos, además del servicio que ofrecen a domicilio para que el cliente ya no tenga que andar en la calle con sus computadores para dirigirse al lugar donde reparan computadoras.

#### 4.5.6.6. Estrategia de expansión a nuevos mercado.

Esta estrategia de crecimiento permite esparcir la empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” a distintos mercados con los productos tecnológicos que actualmente tiene, para lograr debe tener un seguimiento de los proceso que aseguren la calidad y el éxito para poder atender a los nuevos mercado.

#### 4.5.7. Matriz de criterios para evaluar las estrategias

ESTRATEGIAS	CRITERIOS PARA EVALUAR ESTRATEGIAS					EVALUACIÓN	
	ORIENTACIÓN AL CLIENTE	CALIDAD DEL SERVICIO	SEGURIDAD	PRECIOS ASEQUIBLES	NUEVOS SERVICIOS	Σ	PROMEDIO
Estrategia de Liderazgo en costo		8				8	4
Estrategia de Excelencia operativa					8	8	4
Estrategia de Promoción y comunicación					8	8	4
Estrategia de liderazgo de calidad enfocada hacia el cliente			8			8	4
Estrategia de Ventaja Competitiva	8					8	4
Estrategia de expansión a nuevos mercados					8	8	4
<b>TOTAL</b>							4

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

## Análisis.

En la evaluación de los criterios tienen un promedio ponderado de 4 significa que está sobre el promedio, es decir que las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia y eficiencia de las oportunidades existentes, la empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” brindará un producto de: calidad, variedad, precios asequibles, seguridad; por tal motivo, la meta es ser reconocidos a nivel nacional e internacional, tener prestigio y posicionarse en la provincia de Santa Elena.

## MATRIZ - ESTRATEGIA OBJETIVOS

<b>ESTRATEGIAS DAFO</b>	<b>OBJETIVOS</b>
<b>Estrategia de Liderazgo en costo</b>	Minimizar un 40% de los costos sin afectar la calidad del producto, para la productividad de la empresa, en el siguiente mes.
<b>Estrategia de excelencia operativa</b>	Brindar un producto de calidad, cómodo, confortable en un 100%, para garantizar el servicio en el siguiente mes
<b>Estrategia de promoción y comunicación</b>	Gestionar un 20% sobre las ventas en la elaboración de los programas de comunicación y promoción para captar mayor demanda, en cada trimestre.
<b>Estrategia de liderazgo de calidad enfocada hacia el cliente</b>	Asegurar en un 100% la eficiencia y eficacia del personal para maximizar la lealtad de los clientes en el siguiente año.
<b>Estrategia de Ventaja Competitiva</b>	Controlar y evaluar en un 100% la eficiencia y eficacia del servicio que se brinda para mejorar la atención en el siguiente año.
<b>Estrategia de expansión a nuevos mercados</b>	Minimizar un 40% de los costos sin afectar la calidad del producto, en el siguiente mes

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

## MATRIZ - ESTRATEGIA POLÍTICAS

ESTRATEGIAS	POLÍTICA
<b>La minimización de costos en el producto produce grandes volúmenes y obtener una alta participación de mercados</b>	Se reducirá los precios para la captación de nuevos clientes, logrando una economía en escala.
<b>Buscar la excelencia operacional por medio de la calidad y procesos del producto</b>	Controlar y evaluar los procesos del servicio, desarrollando nuevas técnicas.
<b>Crear un clima organizacional por medio de capacitación del personal</b>	Capacitar continuamente al personal para brindar un servicio de calidad
<b>Gestionar los ingresos de nuevos productos, identificando los recursos necesarios para garantizar el crecimiento que se desarrolla a través de la expansión a nuevos mercados.</b>	Controlar los costos y gastos Destinar un 60% de utilidades para la elaboración de proyectos
<b>Identificar los requerimientos de los clientes en lo referente a sus gustos, necesidades</b> <b>Evaluar continuamente la atención que se ofrece a los clientes para proponer mejoras en los servicios</b>	Se ofrecerá estímulos al personal que demuestre una mejora en el proceso de atención a los clientes. Se realizará evaluaciones continuas al servicio que se brinda al cliente para determinar mejoras.
<b>Contactar a los clientes más frecuentes para ofrecerles promociones de temporada, de los productos que ofrece la empresa a bajos costos y servicios adicionales de postventa.</b>	Destinar un 20% de las ventas para las campañas publicitarias y promoción Aplicar incentivos a los clientes para aumentar las ventas.

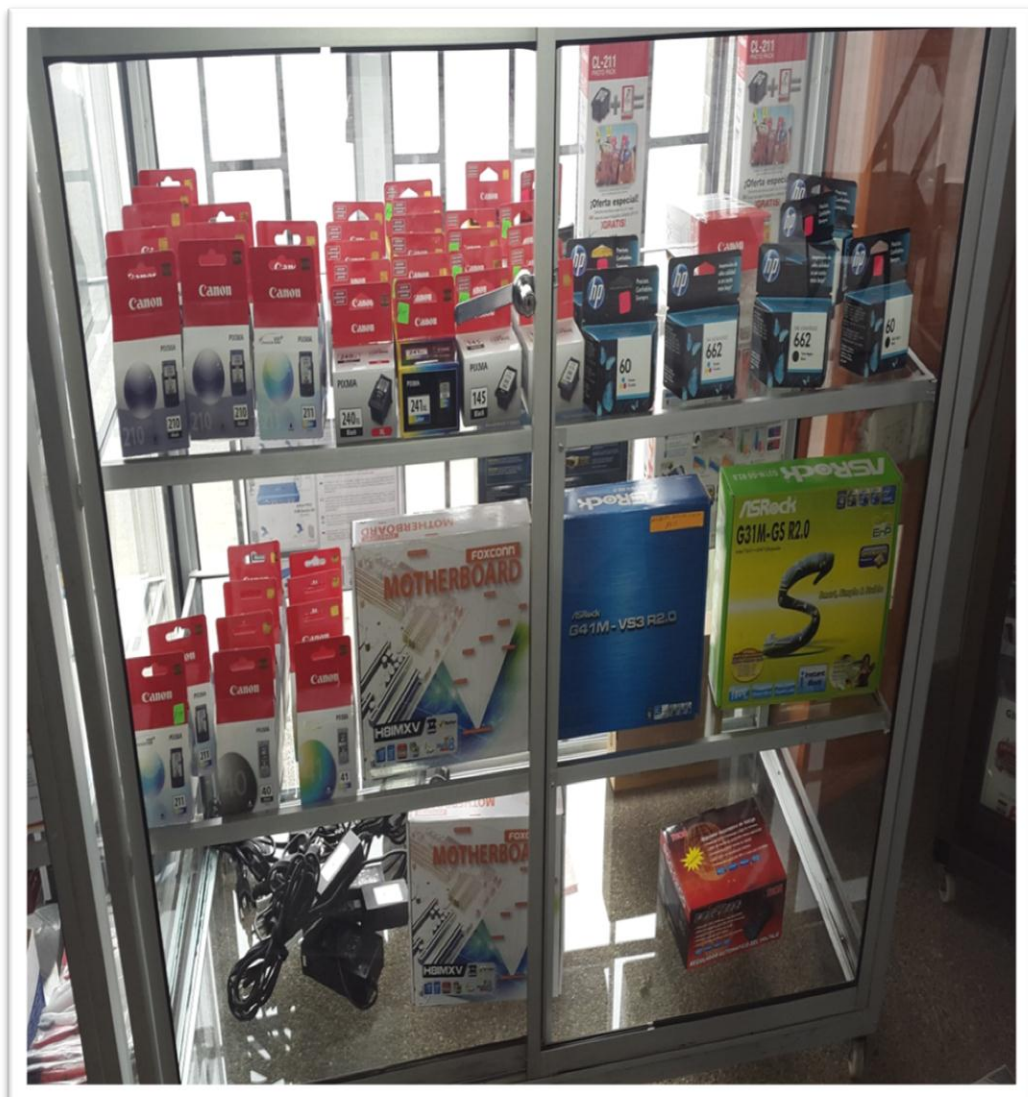
FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

## 4.6 PLAN DE MARKETING

### 4.6.1 Descripción del producto.

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” ofrece productos tecnologicos ademas del servicio garantizado, el cual es de alta calidad para cumplir con las expectativas de sus clientes y estos a su vez se sientan satisfechos del servicio recibido.

**FIGURA 4 Producto**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.6.1.1 Estrategia de producto

- Optimizar nuevos productos.
- Incluir un servicio postventa.

#### 4.6.2 Precio

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” debe considerar algunos factores porue el precio es sinonimo de calidad, exclusividad y prestigio de manera que los clientes tomen la decisión de adquirir nuestros productos y servicios.

**TABLA 18 Precios de los productos**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>CABLE USB</b>	<b>\$10</b>
<b>MOUSE</b>	<b>\$50</b>
<b>MEMORIAS</b>	<b>\$150</b>
<b>DISCO DURO</b>	<b>\$200</b>
<b>LAPTOP</b>	<b>\$700</b>
<b>PROCESADORES</b>	<b>\$180</b>

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

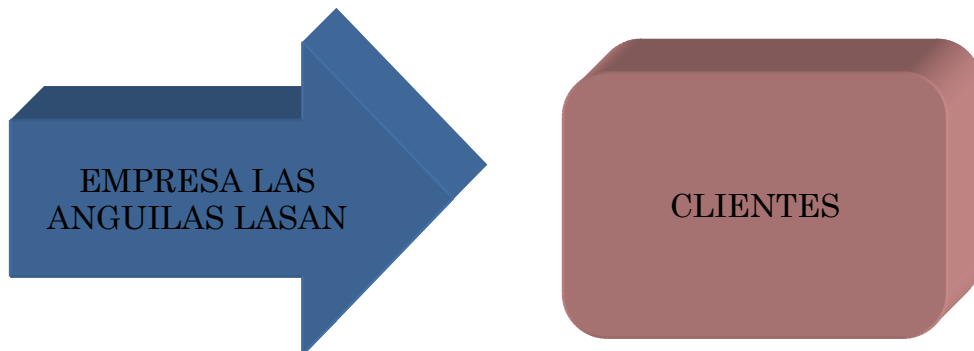
#### 4.6.2.1 Estrategia de precio.

- Reducir el precio por debajo de la competencia para bloquearla y de ese modo tener mayor participaión en el mercado.
- Reducir el precio de cada producto para obtener mayor clientela.

### 4.6.3 Plaza.

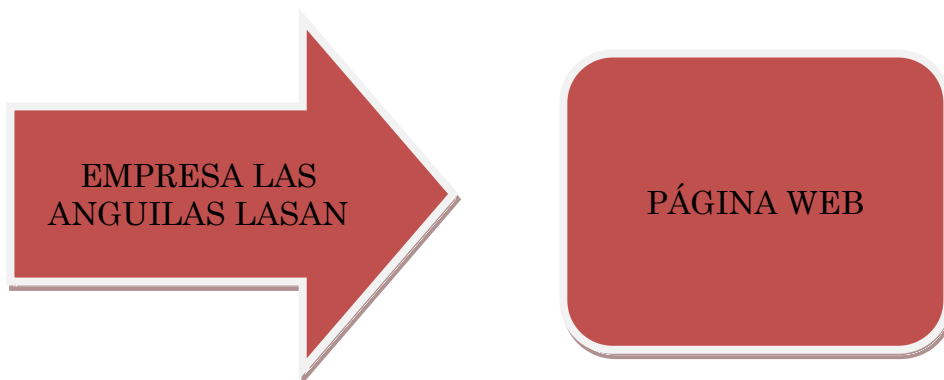
La empresa utilizara el metodo corto par, exclusividad a la distribución de su producto que se encuentra ubicado en el nivel cero en el que se realiza la venta directa al cliente.

**FIGURA 5 Nivel de distribución 0**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

**FIGURA 6 Nivel de distribución 1**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.6.3.1 Estrategia para la plaza.

- Promover los productos por medio de correo electronico para atraer mayor clientela.
- Ofrecer el producto a traves de la página web.

#### 4.6.4 Promoción.

##### 4.6.4.1 Estrategia de promoción.

La estrategia que se quiere llevar a cabo, consiste en establecer una publicidad que informe de los servicios que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON”.El servicio que se da a conocer resalta la categoría sino que contribuye a las necesidades de las personas.

La hoja volante tiene un número de rifa en el que se estará premiando una computadora de escritorio.

**FIGURA 7 Hoja Volante**

**SYSTECON**

**VENTA Y REPARACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

- DISCO DUROS

**Nª 020**



- MEMORIAS
- LAPTOP
- PEN DRIVE

Ubicado en La Libertad  
siete esquinas

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin



#### 4.6.4.2 Slogan

FIGURA 8 Slogan



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.6.4.3 Logotipo

FIGURA 9 Logotipo



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.6.5 Campañas publicitarias

##### Vale de descuentos.

La empresa debe realizar descuentos en temporada escolar o cada cierto tiempo para incentivar al cliente adquirir productos tecnológicos, con esta estrategia gana mayor participación en el mercado y sus clientes estarían contentos de las promociones que ofrece.

**FIGURA 10 Descuentos**



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

Los clientes podrían hacer pedidos por medio de la página web, sin la necesidad de llegar a la empresa.

#### 4.6.6 Impresos.

La empresa debe visitar instituciones educativas para promocionar el producto que ofrece a través de hojas volantes puede incentivar al cliente a la compra, adicionalmente a la recepción del volantes esta prticipando en la rifa de una computadora tendran que depositar la volante con su nombre apellido dirección domiciliaria y numero telefonico en caso de llegar a ser favorecido.

FIGURA 11 Rifas

**“LÍDERES EN SOLUCIONES INFORMÁTICAS”**

NOMBRE:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

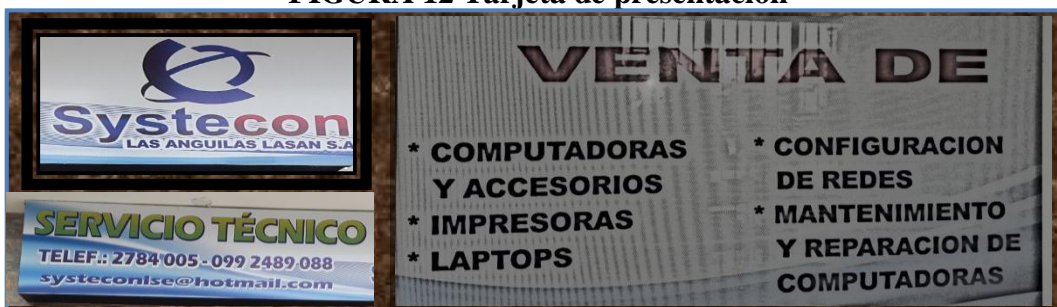
DIRECCIÓN:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

TELÉFONO:  
\_\_\_\_\_



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

FIGURA 12 Tarjeta de presentación



**Systecon**  
LAS ANGUILAS LASAN S.A.

**SERVICIO TÉCNICO**  
TELEF.: 2784-005-099 2489-088  
systeconise@hotmail.com

**VENTA DE**

- \* COMPUTADORAS Y ACCESORIOS
- \* IMPRESORAS
- \* LAPTOPS
- \* CONFIGURACION DE REDES
- \* MANTENIMIENTO Y REPARACION DE COMPUTADORAS

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.6.7 Estrategia de comunicación

Diseñar un catálogo de productos tecnológicos, en el que reflejará las características, precio, promoción. Se detallará minuciosamente la utilidad de los productos, también de los servicios que ofrece la empresa como es el de reparación a domicilio porque ninguna empresa dentro de la Península de Santa Elena realiza una labor así.

Elaborar rotulos en puntos estrategicos.

**FIGURA 13** Vallas publicitarias



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

**FIGURA 14** Valla publicitaria en Santa Elena



**FUENTE:** Empresa Las Anguilas Lasan  
**ELABORADO POR:** Zambrano Chalen Edwin

#### **4.6.8 Marketing directo y online**

##### **OBJETIVOS.**

- Ganar fidelidad con los clientes.
- Brindar facilidad de compra de los productos y los beneficios por medio de las redes sociales.

##### **4.6.8.1 Herramientas del marketing directo.**

###### **Página web:**

Internet es un canal de comunicación y una estrategia publicitaria que permite al usuario acceder a toda clase de comunicación. Mediante la página web la empresa puede realizar ventas e informar a sus clientes de las novedades que existe sobre determinados productos, por lo que los usuarios se mantendrán informados de las promociones y descuentos que brinda la empresa.

###### **Catálogo online:**

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” realizara referencias e información sobre el producto.

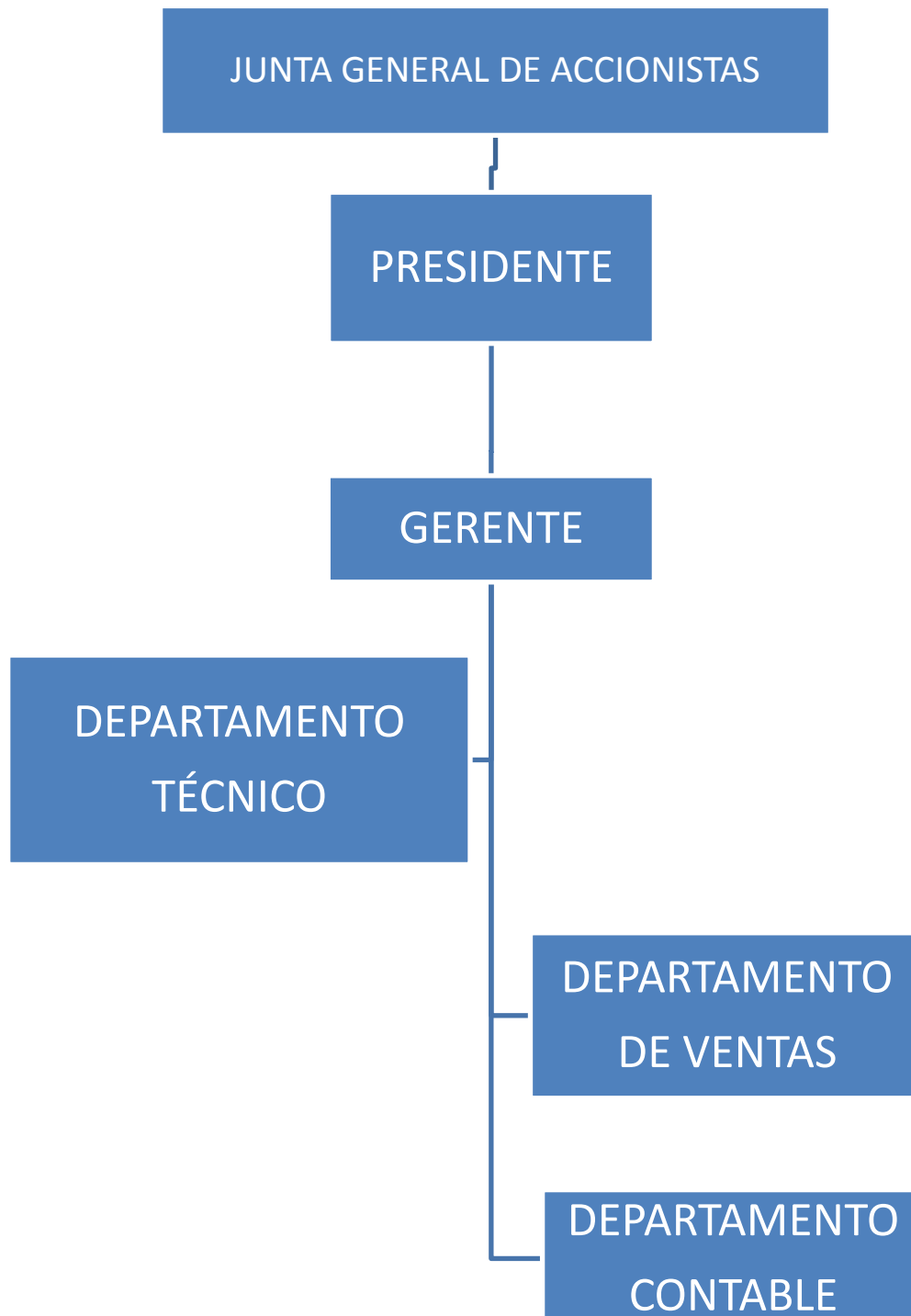
#### **4.6.9 Personal**

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” debe capacitar al personal y adicionalmente deben realizar cursos para actualizar conocimientos.

Porque la tecnología es cambiante y ellos deben estar informados de los acontecimientos que existen para brindar un servicio rápido, eficiente y de calidad, para que el cliente este satisfecho y así recomiende a la empresa ante familiares, amigos y conocidos.

## 4.7 PLAN DE OPERACIONES

### 4.7.1 Estructura Organizativa.



FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

### **Funciones del Presidente y/o Gerente.-**

- Fijar las políticas, lineamientos y estrategias generales para normar la gestión.
- Dirigir, ejecutar y supervisar el cumplimiento de las políticas, programas y planes de trabajo planificados.
- Administrar recursos de la entidad garantizando eficiencia, eficacia, efectividad.
- Dirigir y Supervisar las actividades de los procesos de la Organización.
- Autorizar los créditos.
- Firmar los contratos de trabajo, dar por terminados los contratos, sancionar a los empleados remisos en sus deberes.
- Formular los reglamentos, políticas, estrategias, objetivos de la organización.
- Y todas las demás funciones inherentes a su cargo.

### **Funciones del departamento Financiero-Contable.**

- Elabora estados financieros de la empresa.
- Controla registros de cada una de las dependencias.
- Revisa y firma formularios para pagos de impuestos.



- Revisa roles de pago
- Realiza fondos de arqueo de cajas chicas.
- Realiza desembolso con la debida autorización del gerente general.
- Prepara los presupuestos de compras, ventas, pagos y cobros.
- Genera los estados financieros.
- Y todas las demás funciones inherentes a su cargo.

#### **Funciones del departamento de ventas.**

- Controlar los servicios de post-venta.
- Verificar el buen estado de los productos.
- Supervisar actividades de los agentes vendedores.
- Presentar informe de ventas de manera semanal al Gerente General
- Maximizar las ventas
- Y todas las demás funciones inherentes a su cargo.

#### **Funciones del Departamento Técnico.**

- Recibir los equipos informáticos de clientes.
- Realizar hoja de reporte de ingreso de equipos.

- Realizar informes técnicos de salida de equipos.
- Mantenimiento de equipos de la empresa.
- Revisión y actualización de virus en equipos.
- Y todas las demás funciones inherentes a su cargo.

## 4.8 PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

### 4.8.1 Presupuesto Publicidad

Cantidad.	Descripción	Total
1000	Llaveros	\$ 500,00
100	Gorras	\$600,00
100	tarjeta de presentación	\$ 65,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.165,00</b>

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

### 4.8.2 Plan de marketing

Cantidad.	Descripción	Total Año 2014
3	valla publicitarias	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 90,00</b>

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

### 4.8.3 Plan operacional

Cantidad.	Descripción	Total Año 2014
1	Hosting	\$500,00
	Diseño de página web	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.100,00</b>

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

#### 4.8.4 Explicación del presupuesto.

La empresa Las Anguilas Lasan “SYSTECON” el presupuesto del plan de negocio es de \$2355,00, el cual se dividirá para las diferentes estrategias para tener mayor participación en el mercado.

Los socios de la empresa cuentan con capital propio para la realización del plan por lo que es factible y con las estrategias realizadas para comprar un local e invertir en nuevos productos, innovando y aperturando nuevo local que este a disposición del público en general, tomando en cuenta la seguridad de la empresa y del cliente.

El presupuesto está dividido en tres partes primordiales como son el plan estratégico, plan de marketing y plan de operaciones cada uno con su propia actividad a realizar, mediante las investigaciones realizadas para sacar el presupuesto en cada uno de ellos .

**TABLA 19 Presupuesto del plan de negocio**

<b>GASTOS</b>	<b>Total Año 2014</b>
<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	\$ 1.165,00
<b>PLAN DE MARKETING</b>	\$ 90,00
<b>PLAN OPERACIONAL</b>	\$ 1.100,00
<b>TOTAL PLAN DE NEGOCIO</b>	\$ 2.355,00

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

**TABLA 20 Estado de resultado Sin el plan de negocio**

<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Ventas</b>	\$4.972,37	\$5.245,78	\$5.675,70	5.995,56	\$6.629,94
<b>Costo de ventas</b>	\$1.586,83	\$1.278,80	\$2.345,00	2.654,00	\$3.240,00
<b>Total de ingresos</b>	\$3.385,54	\$3.966,98	3.330,70	\$3.341,56	3.389,94
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
<b>Gastos administrativo</b>	\$1.564,00	\$1.546,00	\$1.670,00	\$1.798,00	\$1.896,00
<b>Depreciaciones</b>	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	1.455,00	\$1.455,00
<b>Gasto de venta plan de negocio</b>	0	0	0	0	0
<b>Amortizaciones gasto diferidos</b>	36	36	36	36	36
<b>Total de gastos operacionales</b>	\$3.055,00	\$3.037,00	\$3.161,00	\$3.289,00	\$3.387,00
<b>Utilidad operacional</b>	\$ 330,54	\$ 929,98	\$ 169,70	\$ 52,56	\$ 2,94
<b>Impuesto a la renta</b>	\$ 82,64	\$ 232,50	\$ 42,43	\$ 13,14	\$ 0,73
<b>Utilidad neta del ejercicio</b>	\$ 247,91	\$ 697,49	\$ 127,28	\$ 39,42	\$ 2,20
<b>Utilidad acumulada del ejercicio</b>	\$ 247,91	\$ 945,39	\$1.072,67	\$1.112,09	\$1.114,29

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwi

**TABLA 21 Flujo de efectivo Sin el plan de negocio**

SALDO INICIAL DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		\$4.972,37	\$11.845,78	\$12.845,70	\$13.660,56	\$14.999,94
<b>Total de ingresos</b>		\$4.972,37	\$11.845,78	\$12.845,70	\$13.660,56	\$14.999,94
<b>Egresos operacionales</b>						
Costo de ventas		\$1.586,83	\$1.878,80	\$2.345,00	\$2.654,00	\$ .740,00
<b>Egreso no operacionales</b>						
Inversión fija	\$ 10.780,00					
<b>Gastos diferidos</b>		<b>\$170,00</b>				
Capital de trabajo	<b>\$786,75</b>					
Gastos administrativos		\$1.564,00	\$1.546,00	\$1.670,00	\$1.798,00	
Depreciaciones		\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.896,00
Amortizaciones gasto diferidos		\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$1.455,00
Impuesto a la renta			\$82,64	\$232,50	\$42,43	\$36,00
<b>Total de egresos</b>	<b>\$11.736,75</b>	\$4.641,83	\$4.998,44	\$5.738,50	\$5.985,43	\$13,14
Depreciaciones		\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$7.140,14
Amortizaciones		\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$1.455,00
<b>Flujo neto generado</b>	(11.736,75)	\$1.821,54	\$8.338,35	\$8.598,21	\$9.166,14	\$36,00
Capital propio	(11.736,75)					\$9.350,80
<b>Saldo de caja y banco</b>	-	\$1.821,54	\$10.159,89	\$18.758,09	27.924,23	

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan  
 ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

TIR	44%
VAN	\$ 10.169,92

**TABLA 22 Estado de resultado con el plan de negocio**

<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>					
<b>Ventas</b>	\$14.972,37	\$15.995,78	\$16.845,70	\$17.660,56	\$19.899,94
<b>Costo de ventas</b>	\$ 1.686,83	\$1.878,80	\$2.345,00	\$ 2.654,00	\$3.740,00
<b>Total de ingresos</b>	\$13.285,54	\$14.116,98	\$14.500,70	\$15.006,56	\$16.159,94
<b>Gastos operacionales</b>					
<b>Gasto administrativo</b>	\$1.564,00	\$1.546,00	\$1.670,00	\$1.798,00	\$1.896,00
<b>Depreciación</b>	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00
<b>Gasto de venta plan de negocio</b>	\$2.355,00	\$390,00	\$1.390,00	\$ 490,00	\$ 890,00
<b>Amortización gasto diferidos</b>	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$36,00	\$ 36,00
<b>Total de gastos operacionales</b>	\$5.410,00	\$3.427,00	\$4.551,00	\$3.779,00	\$4.277,00
<b>Utilidad operacional</b>	\$7.875,54	\$10.689,98	\$9.949,70	\$11.227,56	\$11.882,94
<b>Impuesto a la renta</b>	\$1.968,89	\$ 2.672,50	\$2.487,43	\$ 2.806,89	\$2.970,74
<b>Utilidad neta del ejercicio</b>	\$5.906,66	\$ 8.017,49	\$7.462,28	\$ 8.420,67	\$8.912,21
<b>Utilidad acumulada del ejercicio</b>	\$5.906,66	\$13.924,14	\$21.386,42	\$29.807,09	\$38.719,29

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin

**TABLA 23 Flujo de efectivo con el plan de negocio**

<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos</b>						
<b>Ventas</b>		\$ 14.972,37	\$15.995,78	\$16.845,70	\$17.660,56	\$ 19.899,94
<b>Total de ingresos</b>		\$ 14.972,37	\$15.995,78	\$ 6.845,70	\$17.660,56	\$ 19.899,94
<b>Egresos operacionales</b>						
<b>Costo de ventas</b>		\$ 1.586,83	\$ 1.878,80	\$ 2.345,00	\$ 2.654,00	\$ 3.740,00
<b>EGRESO NO OPERACIONALES</b>						
<b>Inversión fija</b>	<b>\$ 10.780,00</b>					
<b>Gastos diferidos</b>	<b>\$ 170,00</b>					
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 786,75</b>					
<b>Gastos administrativos</b>		\$ 1.564,00	\$ 1.546,00	\$ 1.670,00	\$ 1.798,00	\$ 1.896,00
<b>Gastos de marketing</b>		\$ 2.355,00	\$ 390,00	\$ 1.390,00	\$ 490,00	\$ 890,00
<b>Depreciaciones</b>		\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00
<b>Amortizaciones gasto diferidos</b>		\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
<b>Impuesto a la renta</b>						
<b>Total de egresos</b>	<b>\$ 11.736,75</b>	\$ 6.996,83	\$ 5.305,80	\$ 6.896,00	\$ 6.433,00	\$ 8.017,00
<b>Depreciaciones</b>		\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00	\$ 1.455,00
<b>Amortizaciones</b>		\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
<b>Flujo neto generado</b>	\$(11.736,75)	\$ 9.466,54	\$12.180,98	\$11.440,70	\$12.718,56	\$ 13.373,94
<b>Capital propio</b>	\$(11.736,75)					
<b>Saldo de caja y banco</b>	-	\$ 9.466,54	\$21.647,52	\$33.088,22	\$45.806,78	\$ 59.180,72

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan.

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin.

TIR	88%
VAN	\$ 23.607,94

**TABLA 24 Comparación de utilidades netas sin y con el plan de negocio**

<b>AÑO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Utilidad neta del ejercicio con el plan de negocio</b>	\$ 5.906,66	\$ 8.017,49	\$ 7.462,28	\$ 8.420,67	\$ 8.912,21
<b>Utilidad neta del ejercicio sin plan de negocio</b>	\$ 247,91	\$ 697,49	\$ 127,28	\$ 39,42	\$ 2,20
<b>Diferencia</b>	\$ 5.658,75	\$ 7.320,00	\$ 7.335,00	\$ 8.381,25	\$8.910,00

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan.

ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin.



## PLAN DE ACCIÓN.

<b>DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA: PLAN DE NEGOCIO</b>				
<b>Problema Principal: ¿Cómo incide la implementación de un plan de negocio para la Empresa Las Anguilas Lasan?</b>				
<b>Fin del proyecto:</b> <b>Implementar un plan de negocio para La empresa Las Anguilas Lasan</b>		<b>Indicadores:</b>		Incrementar en un 50% la utilidad de la empresa
<b>Propósito del proyecto:</b> <b>Establecer un plan de negocio para La empresa Las Anguilas Lasan</b>		<b>Indicador:</b> Número de clientes que prefieran la empresa		
<b>RESPONSABLE: Edwin Zambrano Chalen</b>				
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Coordinador del objeto</b>	<b>Actividades</b>
<b>Reducir los precios</b>	<b>Reducir en un 55% los precios.</b>	Estrategia de liderazgo en costo	Directivos de la empresa	1.1.Determinar costos de producto 1.2.Determinar la demanda insatisfecha 1.3.Diseñar un plan de ventas
<b>Incrementar la productividad</b>	<b>Aumentar en un 50% la productividad</b>	Estrategia de excelencia	Directivos de la empresa	2.1. Controlar los procesos operativos en los servicios

<b>dad de los procesos de manera eficiente</b>	<b>d de los procesos</b>	operativa,		
<b>Convenecer al cliente para que compre el producto</b>	<b>Aumentar un 50% la fidelización de los clientes para incrementar las ventas</b>	Estrategia de promoción y comunicación	Directivos de la empresa	3.1 Diseñar herramientas promocionales 3.2 Escoger medios de comunicación más eficiente
<b>Brindar valor a los productos</b>	<b>Incrementar en un 50% las ventas.</b>	Estrategia de ventaja competitiva	Directivos de la empresa	4.1 Producto Agregado
<b>Aumentar la eficiencia y eficacia del talento humano</b>	<b>Optimizar en un 50% la calidad del servicio</b>	Estrategia de liderazgo de calidad enfocada hacia el cliente	Directivos de la empresa	5.1 Capacitar continuamente al personal para brindar un servicio de calidad
<b>Reducir precios por debajo de la competencia</b>	<b>Reducir en un 15% los costos para atraer clientes</b>	Estrategia de expansión a nuevos mercados	Directivos de la empresa	6.1 Lista de precios 6.2 .Usar políticas de precios en los diferentes productos

FUENTE: Empresa Las Anguilas Lasan.  
ELABORADO POR: Zambrano Chalen Edwin.

## **CONCLUSIONES.**

La propuesta busca mejorar el desempeño en la planificación de las actividades de cada uno de los socios y empleados, lo que permitirá evaluar la calidad del desempeño administrativo como de servicio.

Para que la empresa sea reconocida a nivel provincial debe realizar las estrategias para ganar mayor participación en el mercado, tener ventaja competitiva en los diferentes cantones.

Es muy indispensable que la empresa cuente con un plan de negocio porque brinda información clara y precisa de todos los aspectos que debe mejorar, y de esta manera podrá expandirse en el mercado .

La empresa Las Anguilas Lasan debe realizar mayor publicidad para ser reconocida a nivel provincial y ejecutar promociones entre sus clientes porque de esta manera los persuade para incentivarlos a la compra.

La empresa Las Anguilas Lasan debe mejorar la eficiencia de los servicios, esto influye en la productividad de los procesos, debido que no se ejecuta un cuadro de Mando Operativo, para resolver el problema de la formulación y ejecución de las estrategias de la empresa.

## **RECOMENDACIONES.**

Desde el momento en que la empresa aplica el plan de negocio debe existir el compromiso entre empleados y accionistas para cumplir con todos los requerimientos que se necesita para que el plan se lleve a efecto

La empresa Las Anguilas Lasan deben trabajar en equipo para que exista un buen ambiente de trabajo y esten satisfecho del servicio que brindan.

Capacitar mensualmente al personal para que actualizen sus conocimientos y de esta manera brindaran un servicio de calidad, porque la tecnología avanza y siempre deben saber de los cambios que existen en el mundo tecnologico.

Deben estar pendiente de los clientes para ver si estan satisfechos con el servicio recibido o si el producto que adquirieron cumplio con sus expectativas.

Con la implementación de estrategias redirigidas a su público meta podrá ganar terreno en el mercado tecnológico y obtener un mercado potencial a base de publicidad que será utilizada, para dar a conocer el producto y la marca de la Empresa Las Anguilas Lasan.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

Asamblea Nacional, (2008), *Constitución de la República del Ecuador*, Registro oficial 449.

Asociación Artesanal, (2008), *Ministerio de trabajo y recursos humanos del ecuador*, Ecuador, Registro oficial 280.

Bersaneli Mónica, (2009), *Metodología de Investigación Científica*, Toward Madrid, Tercera Edición.

Cañas Lorena, (2009), *Marketing Práctico*, Bilbao Madrid, Décima Edición.

Chiavenato Michaela, (2010), *Administración, procesos administrativos*, Couvert Inglaterra, Octava Edición.

Chong Juinty, (2009), *Estrategias de Marketing*, Memories España, Eco Edición.

Córdova Malena, (2010), *Formulación y evaluación de proyectos*, Jhont Benjamints Madrid, Séptima Edición.

Córdova Malena, (2009), *Metodología de la investigación para la administración*, John Machiavello México, Sexta Edición.

Friendo Geordy, (2009), *Cómo diseñar un plan de negocios*, Springer España, Novena Edición.

Gómez Ana, (2009), *Metodología de la Investigación*, México, Tercera Edición.

Harvard Cournico, (2009), *Crear un plan de negocio*, Magement Chile, Séptima Edición.

Hernandez Sonnia, (2009), *Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación*, Parkert Madrid, Sexta Edición.

Méndez Alba, (2010), *Investigación era de la información*, Co edit México, Octava Edición.

Méndez Potteh, (2011), *Diseños y desarrollo del proceso de investigación énfasis en ciencias empresariales*, Wilbur México, Cuarta Edición.

Pacheco Alison, (2011), *Metodología crítica de la investigación lógica, procedimientos y técnicas*, España, Primera Edición.

Robles Sara, (2010), *Estrategia de Promoción*, España, Sexta Edición.

Robles Sara, (2010), *Publicidad y Lengua Española*, España, Octava Edición.

Velascos Anna, (2012), *Aprender a elaborar un plan de negocios*, España, Décima Edición.

# ANEXOS

## ANEXO 1 Encuestas piloto

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

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES DE LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN

**OBJETIVO:** Establecer el nivel de interés y captación del cliente la variedad de productos que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan en la provincia de Santa Elena.

NOMBRE: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_

SEXO: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

**Marque con una X dentro del cuadro la(s) respuesta(s) que mejor indique su opinión con respecto a lo que se pregunta.**

1. ¿Ha visitado la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí  No

2. ¿Ha adquirido algún servicio o producto que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí  No

3. ¿Con qué frecuencia usted compra en la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

4. ¿Está satisfecho de los servicios que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí  No

5. ¿Cuáles son las características por las que usted. prefiere la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Atención personalizada
- Precio
- Ofertas
- Servicio post venta
- Garantía



6. ¿Cuál es el producto que adquiere con mayor frecuencia?

Systecon      Otros

- Laptop
- Procesadores
- Disco Duro
- Mouse
- Reguladores de Voltaje
- Otro


Especifique: \_\_\_\_\_

7. ¿En qué medio se informa sobre productos y servicios tecnológicos?

- Revistas
- Redes Sociales
- Radio
- Otros
- Ninguno


8. ¿Cuáles son los problemas que tiene cuando compra mercadería en la Empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Retraso en su pedido
- Pedidos incompletos
- Productos en mal estado


9. ¿El servicio que le ofrece el personal de la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo


10. ¿Dónde compra productos tecnológicos?

- Cyber Cocoa
- Cyber Café con Leche
- Mundo Digital
- Otros


Especifique: \_\_\_\_\_

11. ¿Qué productos adquiere con mayor frecuencia?

- Memorias
- Pen drives
- Cables USB
- Mouse


12. ¿Por qué adquiere los servicios de la competencia?

- No hay variedad de
- Precios bajos
- Ofertas


producto

13. ¿Qué incentivos ha obtenido de la competencia?

- Publicidad
- Canje de productos deteriorados
- Promociones
- Otros


GRACIAS

## ANEXO 2 Encuestas

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

ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES DE LA EMPRESA LAS ANGUILAS LASAN

**OBJETIVO:** Establecer el nivel de interés y captación del cliente la variedad de productos que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan en la provincia de Santa Elena.

NOMBRE: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_

SEXO: Femenino \_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_

Marque con una X dentro del cuadro la(s) respuesta(s) que mejor indique su opinión con respecto a lo que se pregunta.

1. ¿Conoce usted la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí  No

2. En los últimos 3 meses, ¿Ha adquirido algún servicio o producto que ofrece la Empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí  No

3. ¿Con qué frecuencia usted compra en la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

4. ¿Está satisfecho de los servicios que ofrece la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

Sí

5. ¿Cuáles son las características por las que usted prefiere la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

- Atención personalizada
- Precio
- Ofertas
- Servicio post venta
- Garantía

6. ¿Cuál es el producto que adquiere con mayor frecuencia?

	SYSTECON	OTROS
• Laptop		
• Procesadores		
• Disco duro		
• Mouse		
• Regulador de voltaje		
• Otro		

Especifique: \_\_\_\_\_

7. ¿En qué medio se informa sobre productos y servicios tecnológicos?

• Revistas	
• Redes sociales	
• Radio	
• Otros	
• Ninguno	

8. ¿Cuáles son los inconvenientes que se les presentan a la hora de recibir la mercadería en la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

• Retraso en su pedido	
• Pedidos incompletos	
• Productos en mal estado	

9. ¿Cómo calificaría el servicio que le ofrece el personal de la empresa Las Anguilas Lasan “Systecon”?

• Excelente	
• Muy Bueno	
• Bueno	
• Regular	
• Malo	

10. ¿En qué lugar compra productos tecnológicos?

- CyberCocoa
  - Cyber Café con Leche
  - Mundo Digital
  - Otros
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |

Especifique: \_\_\_\_\_

11. ¿Qué productos adquiere de la competencia?

- Memorias
  - Pen drives
  - Cables USB
  - Mouse
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |

12. ¿Por qué adquiere los servicios de la competencia?

- No hay variedad de
  - Preciosbajos
  - Ofertas
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
- producto

13. ¿Qué incentivos ha obtenido de la competencia?

- Publicidad
  - Canje de productos
  - Promociones
  - Otros
- |  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
- deteriorados

GRACIAS

**ANEXO 3 Entrevista**

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

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIO**

**Objetivo:** Obtener información relevante respecto a las actividades administrativas que se realizan en la empresa Las Anguilas Lasan.

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**EDAD**\_\_\_\_\_ **SEXO**\_\_\_\_\_ **NIVEL EDUCACIÓN**\_\_\_\_\_

1. ¿La empresa posee estructura organizacional?

.....  
.....  
.....

2. ¿Qué tipo de capacitación han recibido los empleados?

.....  
.....  
.....

3. ¿La empresa Las Anguilas Lasan SYSTECON cuenta con personal calificado?

.....  
.....  
.....

4. ¿Utiliza algún inventario o control de mercadería?

.....  
.....  
.....

5. ¿La clientela que tiene la empresa Las Anguilas Lasan es fiel?

.....  
.....  
.....

6. ¿La empresa cuenta con suficientes proveedores?

.....  
.....  
.....

7. ¿Cómo administra usted sus finanzas?

.....  
.....  
.....  
.....

8. ¿Ha escuchado hablar sobre los planes de negocio y su aplicación en las empresas?

.....  
.....  
.....  
.....

9. ¿La Empresa debe contar con un plan de negocios que oriente sus actividades?

.....  
.....  
.....  
.....

**GRACIAS**

**ANEXO 4 Instalaciones de la empresa Las Anguilas Lasan**







## ANEXO 5 Área técnica





## ANEXO 6 Entrevista a los socios



**ANEXO 7 Encuesta a los clientes**

