



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título: Diseño de un Plan estratégico para la empresa "*System Technology*".

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magister en Administración
de Empresas

Autor: Tipán Toaquiza Édison Javier

Tutor: M.Sc. Mora Castellano Mauricio Alberto

LATACUNGA –ECUADOR

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **Diseño de un Plan estratégico para la empresa "System Technology"** presentado por Tipán Toaquiza Edison Javier, para optar por el Título Magister en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal de Lectores que se designe.

Latacunga, noviembre del 2023



M.Sc. Mora Castellano Mauricio Alberto

C.C. 1803535036

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: **Diseño de un Plan estratégico para la empresa "System Technology"**, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Latacunga, noviembre del 2023



PhD. Marlon Tinajero J.
C.C. 0502080336
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Mg. Santiago Ramírez
C.C.1713065405
Miembro de Tribunal 2



Mg. Yadira Borja
C.C. 0502786833

DEDICATORIA

Gracias a Dios por brindarnos la sabiduría necesaria y guiar nuestros éxitos.

A mis Padres por brindarme su amor y el apoyo incondicional, valores y sacrificio me guiaron para culminar con éxito un logro más en mi vida profesional.

A mis Hermanas que con sus palabras de aliento no me daba por vencido.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerzas y no estancarme y luchar día a día con los problemas de la vida.

A mis Padres que con tenor y templanza supieron encaminarme en cada etapa de mi vida y lo hicieron de la mejor manera.

A mi Tutor M.Sc. Mora Castellano Mauricio Alberto, por impartir su tiempo, paciencia y conocimientos para finalizar con éxitos el presente trabajo de titulación.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi y sus distinguidos Docentes por haberme brindado en este tiempo conocimiento y herramientas para defender oportunamente en la vida profesional.

RESPONSABILIDAD DE AUTORIA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, noviembre del 2023



Ing. Tipán Toaquiza Édison Javier

C.C. 0503472672

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, noviembre del 2023



Ing. Tipán Toaquiza Édison Javier
C.C. 0503472672

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: **Diseño de un Plan estratégico para la empresa "System Technology"**, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, noviembre del 2023



PhD. Marlon Tinajero I.
C.C. 0502080336
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
DIRECCION DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINITRACION DE EMPRESAS

AUTOR: Tipán Toaquiza Édison Javier

TUTOR: M.Sc. Mora Castellano Mauricio Alberto

RESUMEN

La presente investigación aborda el desafío de mejorar la eficiencia y competitividad de la empresa System Technology. Comenzando con un análisis exhaustivo de su situación actual, se identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que impactan en su desempeño y posicionamiento en el mercado. El objetivo general consistió en desarrollar un plan estratégico sólido que proporcionara una visión clara y orientara los esfuerzos hacia el crecimiento y la competitividad sostenible. La metodología empleada involucró una investigación detallada, análisis FODA y la definición de objetivos SMART para orientar la estrategia. Se propusieron estrategias específicas en áreas clave, como recursos humanos, control administrativo, cambio organizacional y capacitación del personal. Como resultado de la implementación de estas estrategias, se esperan mejoras significativas en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno empresarial. Se prevé un aumento en la productividad y la retención del talento interno. De tal manera, este trabajo proporciona un enfoque integral para optimizar la organización de System Technology, destacando la importancia de un diagnóstico estratégico sólido y la implementación de métodos funcionales. Estas acciones buscan lograr el crecimiento y la competitividad sostenible en el mercado.

Palabras clave: Cambio organizacional, innovación tecnológica, gestión de tecnología, planificación estratégica.

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
DIRECCION DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINITRACION DE EMPRESAS

AUTOR: Tipán Toaquiza Édison Javier

TUTOR: M.Sc. Mora Castellano Mauricio Alberto

ABSTRACT

The present research addresses the challenge of enhancing the efficiency and competitiveness of System Technology company. Commencing with a comprehensive analysis of its current situation, strengths, weaknesses, opportunities, and threats impacting its performance and market positioning were identified. The overall objective was to develop a robust strategic plan that provides a clear vision and guides efforts toward sustainable growth and competitiveness. The methodology employed encompassed thorough research, SWOT analysis, and the definition of SMART objectives to steer the strategy. Specific strategies were proposed in key areas such as human resources, administrative control, organizational change, and staff training. As a result of implementing these strategies, significant improvements in operational efficiency, customer satisfaction, and adaptability to changes in the business environment are expected. Increased productivity and internal talent retention are anticipated. Thus, this work provides a comprehensive approach to optimizing System Technology's organization, highlighting the importance of a solid strategic diagnosis and the implementation of functional methods. These actions seek to achieve sustainable growth and competitiveness in the market.

Keywords: Organizational change, technological innovation, technology management, strategic planning.

Bonilla Raura Yajaira Belén con cédula de identidad número: 1720728730 Licenciada en: “Licenciatura en Ciencias de la Educación con Mención en Plurilingüe” con número de registro de la SENESCYT: 1005-2020-2155801; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: Diseño de un Plan estratégico para la empresa "System Technology" de “Tipán Toaquiza Édison Javier”, aspirante a Magister en Administración de Empresas.

Latacunga, 31 de octubre del 2023.



.....
Bonilla Raura Yajaira Belén
C.C.: 1720728730

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORIA	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Objetivos del proyecto	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.4. Preguntas de investigación.....	4
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.1. Antecedentes	5
<i>Figura 1. Etapas del Proceso del Planeamiento Estratégico</i>	<i>7</i>
2.2. Fundamentación epistemológica.....	7
2.2.1. Definición y evolución de la PE.....	7
2.2.2. Modelos y herramientas de la PE.....	8

2.2.3. PE en el sector de la tecnología.....	10
2.2.4. Implementación y control en la PE	11
2.2.4.1. <i>Implementación de la estrategia</i>	11
2.2.4.2. <i>Control de la estrategia</i>	12
2.2.5. Factores clave en la PE	12
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	14
2.1. Enfoque	14
2.2. Método de la investigación	15
2.3. Tipo de investigación	15
2.4. Población y muestra	16
2.5. Diseño experimental.....	17
2.6. Tratamiento de la información	18
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
3.1. Etapa I: Fase de diagnóstico.....	20
3.1.1. Generalidades de la empresa.....	20
3.1.1.1. <i>Quiénes somos</i>	20
3.1.1.2. <i>Misión</i>	20
3.1.1.3. <i>Visión</i>	20
3.1.1.4. <i>Valores</i>	21
3.1.2. Personal y áreas funcionales	22
3.1.3. Objetivo Social.....	22
3.1.4. Aspectos económicos	22
3.1.5. Estructuración inicial	22
3.1.5.1. <i>Organigrama System Technology</i>	23
<i>Figura 2. Organigrama estructural de System Technology</i>	23
3.1.5.2. <i>Objetivos estratégicos</i>	24

3.1.5.3. Políticas de gestión	24
3.1.6. Situación actual	25
CAPÍTULO IV. LA PROPUESTA	26
4.1. Etapa II: Propuesta de plan estratégico	26
4.1.1. Plan estratégico	26
4.1.1.1. Resumen	26
4.1.1.2. Introducción	26
4.1.1.3. Diagnóstico Interno	27
4.1.1.4. Reestructuración de áreas funcionales	31
4.1.1.5. Análisis FODA	32
Figura 3. Estructura FODA/DOFA	33
Tabla 1. Estrategias de integración e intensivas	39
Tabla 2. Estrategias primordiales vs áreas funcionales	40
4.1.1.6. Proyección de cumplimiento	41
Tabla 3. Proyección de cumplimiento de estrategias	42
4.1.1.7. Resultados esperados	45
4.1.2. Plan de operaciones.....	48
4.1.2.1. Instalaciones	48
4.1.2.2. Productos y servicios de la empresa	49
Tabla 4. Productos y servicios de System Technology	49
4.1.2.3. Estrategias para la planeación de la producción	50
4.1.2.4. Proceso de producción.....	52
4.1.2.6. Maquinaria y equipos	54
4.1.2.7. Perfil del personal.....	56
4.1.2.8. Documentos del proceso	58
4.1.2.9. Inventarios	59

4.1.2.10. Estrategias del plan de operaciones	60
4.1.2.11. Resultados esperados	62
4.1.3. Plan de organización	63
4.1.3.1. Organigrama System Technology	64
Figura 4. Organigrama estructural de System Technology.....	64
4.1.3.2. Valores	65
4.1.3.3. Equipos de producción y transporte	65
4.1.3.4. Aspectos legales	66
4.1.3.5. Estrategias de organización.....	67
4.1.3.6. Resultados esperados	72
4.1.4. Evaluación Usuario - Experto	73
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	78

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Etapas del Proceso del Planeamiento Estratégico</i>	<i>7</i>
<i>Figura 2. Organigrama estructural de System Technology.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 3. Estructura FODA/DOFA</i>	<i>33</i>
<i>Figura 4. Organigrama estructural de System Technology.....</i>	<i>64</i>

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Estrategias de integración e intensivas</i>	39
<i>Tabla 2. Estrategias primordiales vs áreas funcionales</i>	40
<i>Tabla 3. Proyección de cumplimiento de estrategias</i>	42
<i>Tabla 4. Productos y servicios de System Technology</i>	49

Tema: Diseño de un Plan estratégico para la empresa "System Technology".

Línea de investigación: Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones.

Proyecto de investigación asociado: Sostenibilidad y competitividad.

Grupo de Investigación: Desarrollo socioeconómico.

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Como parte de la economía digital actual, las empresas especializadas en la venta y distribución de equipos de cómputo como *System Technology* en Ecuador enfrentan tanto oportunidades como desafíos en varios niveles. Uno de estos desafíos radica en no tener un plan estratégico efectivo o abusar de la impulsividad al momento de tomar decisiones (Da Silva et al., 2020).

A nivel macro, el progreso tecnológico y la globalización están transformando rápidamente la manera en que se realizan los negocios. Para esto, la falta de un plan estratégico impide a cualquier organización adaptarse y evolucionar en función de mantener su competitividad en este entorno cambiante. Adicionalmente, la economía está sujeta a las fluctuaciones de los mercados internacionales, añadiendo un desafío adicional para las empresas en crecimiento (Valverde, 2023).

A nivel meso, en Ecuador se evidencia una creciente competencia en la industria de la venta y distribución de equipos de cómputo tanto a nivel local como internacional (Urdaneta et al., 2021). Para lo cual, la falta de un plan estratégico sólido dificulta la toma de decisiones en parámetros clave como son: la selección de productos, las relaciones con proveedores, la gestión de la cadena de suministro, la fijación de precios y la atención al cliente (Vinuesa et al., 2021). Dicha falta de dirección estratégica puede llevar a la mala toma de decisiones y al desaprovechamiento de oportunidades.

A nivel micro, las decisiones diarias en *System Technology*, pasando desde la gestión de recursos humanos hasta la operación logística y el servicio al cliente, son primordiales para su éxito a mediano y largo plazo. Sin un plan estratégico y una estructura organizacional bien planteada, dichas decisiones pueden carecer de sustento y eficacia, lo que afecta de forma negativa al rendimiento y la capacidad de implementar estrategias efectivas para el crecimiento y mejora continua de la empresa (Ore, 2020).

De tal manera, el presente proyecto tiene como objetivo abordar de manera integral esta problemática. Para lo cual, se pretende el desarrollo un de un plan estratégico bien definido y alineado con la visión gerencial de la empresa. Dicho plan proporcionará una guía estratégica que permita a *System Technology* optimizar su eficiencia operativa, tomar ventaja de las oportunidades de mercado y sobre todo mantener una ventaja competitiva sostenible en su entorno empresarial.

1.2. Justificación

Este trabajo de investigación surge con la creciente necesidad de las empresas de adaptarse a un entorno empresarial cada vez más competitivo y digitalizado (Pulla, 2023). En este contexto, una empresa ecuatoriana como *System Technology*, dedicada a la venta, distribución y mantenimiento de equipos informáticos, requiere un enfoque estratégico robusto y flexible para mantener su posición en el mercado y explorar nuevas oportunidades de crecimiento.

El presente proyecto tiene relevancia y aplicabilidad tanto en el ámbito académico como en el empresarial. Desde el punto de vista académico, contribuirá a la literatura existente sobre planificación estratégica en el contexto comercial de la empresa, un área que ha recibido una atención relativamente limitada hasta la fecha, especialmente en el contexto de Ecuador. De tal manera, este trabajo proporcionará *insights* sobre cómo las empresas en mercados emergentes pueden adaptarse y prosperar en un entorno empresarial global y digitalizado.

Por otro lado, desde una perspectiva empresarial, este estudio tiene una importancia práctica directa para *System Technology* y otras empresas similares en Ecuador y en la región. Al diseñar un plan estratégico integral, esta investigación proporcionará las bases estratégicas que pueden ayudar a la empresa a optimizar su

eficiencia operativa, mejorar su competitividad y aprovechar nuevas oportunidades de mercado. Finalmente, los hallazgos de este estudio pretenden mejorar la toma de decisiones en la empresa y generar un impacto positivo en su rendimiento a mediano y largo plazo.

Asimismo, el presente trabajo de fin de máster es relevante desde una perspectiva social y económica, esto debido a que las empresas de tecnología como *System Technology* desempeñan un papel vital en la economía ecuatoriana y en el desarrollo de su infraestructura tecnológica. Al mejorar su competitividad y rendimiento, estas empresas pueden contribuir a la creación de empleo, al crecimiento económico y al progreso tecnológico en el país.

1.3. Objetivos del proyecto

1.3.1. Objetivo General

Diseñar un plan estratégico integral para *System Technology* que permita la identificación y el establecimiento de metas y objetivos claros que contribuyan a la mejora de la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la rentabilidad de la empresa.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Realizar un diagnóstico exhaustivo de la situación actual de la empresa, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), para la obtención de una visión clara de su posición en el mercado y las áreas de mejora.
- b) Desarrollar un plan estratégico integral que defina la visión, misión y objetivos de la empresa, estableciendo una dirección clara y acciones concretas para el logro de un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva.
- c) Proponer estrategias que optimicen las tareas en cada una de las áreas funcionales de *System Technology* y que generen ventajas competitivas, aportando con la propuesta esquemática de factores clave que puedan replicarse en cualquier organización.

1.4. Preguntas de investigación

Con base a la problemática anteriormente descrita y en función de dar respuesta a los objetivos planteados para el presente proyecto de investigación, surgen las siguientes interrogantes de investigación:

OE1: ¿Cuáles son las principales fortalezas de la empresa *System Technology* en el mercado actual de la venta, distribución y mantenimiento de equipos tecnológicos?

OE2: ¿Cuáles son las principales debilidades identificadas en la empresa *System Technology* que limitan su crecimiento y rendimiento operacional?

OE3: ¿Qué oportunidades se presentan en el entorno empresarial actual que podrían ser aprovechadas por *System Technology* para alcanzar una ventaja competitiva en su entorno empresarial?

OE4: ¿Cuáles son las amenazas externas identificadas que podrían impactar negativamente en el desempeño y éxito de *System Technology* en el mercado?

OE5: ¿Qué acciones y estrategias específicas se proponen para optimizar las tareas en cada una de las áreas funcionales de *System Technology*?

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

En el proyecto de investigación presentado por Eljaude & Jiménez (2017), titulado “Diseño de un plan estratégico para la corporación INCATE” se presenta el diseño de un plan estratégico el cual permita la definición de metas, objetivos a largo plazo y adopción de estrategias mediante la elaboración de un diagnóstico situacional de la corporación. Para esto, se realizó un análisis del entorno externo e interno por medio de herramientas de diagnóstico por medio de las cuales se delimitan estrategias concretas que posibiliten la creación de un futuro empresarial a partir de la situación actual de la organización. De esta manera, las herramientas de diagnóstico y el sistema de definición de estrategias orientadas al logro de ventajas competitivas serán consideradas como bases metodológicas para el presente trabajo de investigación.

En el proyecto de investigación presentado por Nieto & Ramos (2018), titulado “Diseño de un plan estratégico para la empresa OXIMED LTDA de la ciudad de Santa Marta” se presenta un diseño orientado al diagnóstico estratégico, en donde se establecen objetivos, estrategias y metas encaminadas al estudio y análisis de cada una de las áreas funcionales de la empresa, delimitando la conveniencia de las actividades que puedan aportar en su desempeño, tales como: innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. De esta manera, posibilitando a la gerencia y los integrantes de la organización identificar y razonar en cuanto a la necesidad de cambio, aportando en el cambio de perspectiva de la adaptación en calidad de un acrecentador de las capacidades de la empresa debido a la prevención de problemas futuros. De igual manera, las herramientas de diagnóstico y el sistema de planificación estratégica empleadas en este trabajo serán consideradas como bases metodológicas para el presente proyecto.

Utilizando la investigación bibliográfica y el análisis documental, se realizó una exhaustiva recopilación de proyectos de investigación, artículos de revistas académicas, estudios de casos y otros recursos relacionados con el estudio y evaluación de la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del cliente.

Entre este conjunto de documentos, se identificaron aquellos considerados más relevantes y significativos para el desarrollo del presente trabajo.

En el artículo académico presentado por Peñafiel et al. (2019), titulado “*The importance of strategic planning for small and médium enterprises (SMEs)*” se presenta un estudio en cuanto a la importancia de la planificación estratégica en las PYMES, destacando que estas juegan un papel preponderante para todos tipos de empresas en el cual representa un alto grado de complejidad y aporte a la economía del país en cuanto a su contribución como fuentes generadoras de empleos e ingresos. Este estudio expone la importancia de realizar un análisis estratégico en función de delimitar las amenazas y oportunidades que el entorno presenta a la organización, así como el conjunto de fuerzas y debilidades relacionadas al campo de actividad de la empresa. Esto, posibilita la formulación estratégica y la estructuración organizacional correspondiente en respuesta a las interrogantes ¿Dónde queremos llegar? y ¿Qué tenemos que hacer para lograrlo?

Finalmente, en el artículo académico presentado por Genovese & Schmidt (2019), titulado “El planeamiento estratégico: desafío de su implementación para las PYMES” se presenta un estudio de carácter exploratorio y cualitativo que pretender realizar una revisión bibliográfica en cuanto al planteamiento estratégico, su naturaleza, concepto y estrategias pasibles de aplicación. De tal manera, el presente trabajo delimita tres etapas fundamentales para el proceso de planeamiento estratégico (Figura 1), la primera basada en la identificación de misión, visión y objetivos organizaciones, la segunda compuesta en el análisis externo, interno y el análisis FODA correspondiente y en base a los criterios de diagnóstico determinados la formulación de estrategias. Adicionalmente, el estudio plante tres niveles de planeamiento, el nivel operativo enfocado en los sectores dentro de la empresa en donde se realiza el planeamiento operativo a corto plazo, el nivel intermedio enfocado en las áreas de la empresa en donde se lleva a cabo el planeamiento táctico y finalmente el nivel institucional enfocado en la empresa en su totalidad en donde se desarrolla el planeamiento estratégico.

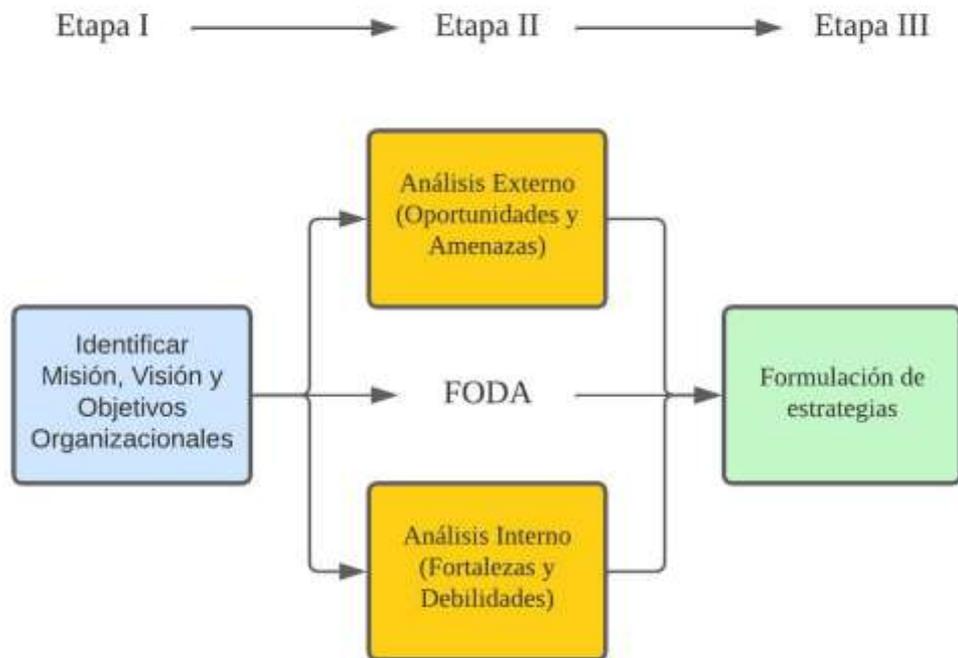


Figura 1. Etapas del Proceso del Planeamiento Estratégico

Fuente: (Genovese & Schmidt, 2019).

2.2. Fundamentación epistemológica

La planificación estratégica (PE) es una herramienta vital para cualquier empresa que pretende alcanzar sus objetivos y mantenerse competitiva en su entorno (Jaramillo, 2019). En el presente estudio, se abordará esta temática en el contexto de *System Technology* una empresa ecuatoriana dedicada a la venta, servicio técnico y distribución de equipos de cómputo.

De tal manera, el presente marco teórico proporcionará una visión general de la planificación estratégica, sus modelos y herramientas relevantes, así como su aplicación en organizaciones y su correspondiente impacto en la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la rentabilidad de una organización.

2.2.1. Definición y evolución de la PE

La planificación estratégica es un proceso sistemático empleado por las organizaciones para establecer sus metas y objetivos a largo plazo, determinando de esta forma las mejores formas de alcanzarlos (Jama-Zambrano, 2019). Dicha

práctica incluye el análisis del entorno interno y externo de la organización, la definición de su misión y visión y la formulación, implementación y seguimiento de estrategias que permitan alcanzar estos objetivos (Jaramillo, 2019).

Este concepto tiene sus orígenes en el campo militar, en donde era utilizado para la delimitación de planes de alto nivel, los cuales, eran clave para ganar batallas y guerras. Sin embargo, con el pasar del tiempo la planificación estratégica ha evolucionado y se ha adaptado al ámbito empresarial. A mediados del siglo XX, la PE se popularizó en el mundo empresarial como una solución para la gestión y respuesta a los rápidos cambios del entorno corporativo (Palacios Rodríguez, 2020).

Es así como, con el paso de los años, ha pasado por diferentes fases y enfoques, desde la planificación corporativa en la década de 1960 centrada en las proyecciones financieras y presupuestos, hasta los enfoques más modernos los cuales hacen especial énfasis en la agilidad, el análisis estratégico continuo y la adaptabilidad en respuesta de los entornos empresariales dinámicos (Palacios Rodríguez, 2020).

De esta manera, hoy en día la planificación estratégica es reconocida como un elemento esencial para el éxito y la supervivencia de las organizaciones, proporcionándoles la dirección y el enfoque necesarios para navegar en el complicado entorno empresarial.

2.2.2. Modelos y herramientas de la PE

La planificación estratégica requiere un conjunto de herramientas y modelos que posibiliten a las organizaciones diagnosticar su entorno y sus situaciones internas, para posteriormente en base a dichos análisis formular estrategias óptimas para su crecimiento y éxito (Ciro-Gallo, 2021).

Una de las herramientas más utilizadas y efectivas es el análisis FODA o DOFA, el cual permite a las organizaciones la identificación de sus fortalezas y debilidades internas, las cuales están bajo el control de la propia empresa y, por otro lado, las oportunidades y amenazas que tienen lugar en el entorno empresarial externo y están más allá de su control (Barragán et al., 2020). Dicho análisis puede revelar *insights* fundamentales en cuanto a la posición actual de una organización en el

mercado y tiene el potencial de aportar en la identificación de áreas de mejora y posibilidades de crecimiento.

Otra herramienta ampliamente empleada en la PE es el análisis PESTEL. Este marco analítico permite determinar los factores macro ambientales de carácter político económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en las operaciones de una organización (Giraldo et al., 2022). Por medio de dicho análisis, la empresa puede prevenir cambios en su entorno y adaptar sus estrategias como corresponda.

De igual manera, el modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta esencial para el análisis de la competencia a nivel industrial. Dicho modelo examina cinco factores clave, los cuales son: la rivalidad entre los competidores existentes, la amenaza de los nuevos entrantes, la amenaza de los productos o servicios sustitutos y el poder de la negociación con los proveedores y compradores (Villamizar et al., 2023). El alcanzar el entendimiento de estas fuerzas puede aportar a las organizaciones en la identificación de las áreas en donde se pueden obtener ventajas competitivas.

Finalmente, el modelo de la cadena de valor desglosa una organización en las actividades estratégicas primarias y de apoyo de la empresa, esto en función de entender cómo se agrega valor en cada etapa y cómo se puede alcanzar una mejora real en la eficiencia de sus procesos. Las actividades primarias contemplan: logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, y servicio, mientras que las actividades de apoyo incluyen infraestructura de la organización, gestión de los recursos humanos, adquisiciones y desarrollo de tecnología (Frometa et al., 2019).

De esta manera, estos modelos y herramientas conforman un marco integral para la planificación estratégica. Aunque cada herramienta tiene su propio enfoque y aplicación, todas ellas brindan una visión completa y profunda del entorno de la organización, sus dinámicas de mercado y sus capacidades internas.

2.2.3. PE en el sector de la tecnología

La PE en el sector de la tecnología es un proceso complejo y dinámico, en el cual se deben tener en cuenta varias consideraciones particulares y específicas de este tipo de organizaciones. Factores como: el ritmo acelerado de cambio e innovación, la intensa competencia, las cambiantes expectativas de mercado y el creciente escrutinio regulatorio representan algunos de los desafíos que las empresas de tecnología deben enfrentar (Puentes Figueroa & Maestre-Góngora, 2019).

La naturaleza innovadora y en constante evolución representa que este tipo de organizaciones deben mantenerse actualizados en cuanto a las últimas tendencias y desarrollos, tanto en términos de nuevas tecnologías como de comportamiento de los consumidores y variaciones en el mercado (Luna-Altamirano et al., 2020). Para lo cual, se requiere de una vigilancia constante del entorno tecnológico y de mercado, así como la capacidad de adaptación y respuesta rápida a las nuevas oportunidades y amenazas.

De igual manera, dichas empresas deben gestionar eficientemente los riesgos asociados con la implementación de nuevas tecnologías, lo cual implica desde el aseguramiento de la fiabilidad y seguridad de las nuevas soluciones tecnológicas, hasta el manejo de los desafíos logísticos y operacionales en la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos y servicios brindados por la organización (Nevarez, 2020).

Es así como, la planificación estratégica en el sector tecnológico implica una cuidadosa gestión de la cadena de suministro global. Esto debido a que las interrupciones en esta pueden representar un impacto significativo en la capacidad de la organización de llevar sus productos al mercado, por lo que las estrategias eficaces son aquellas que tienen en cuenta los riesgos oportunidades asociados con la gestión de la cadena de suministros.

Asimismo, las organizaciones del ámbito tecnológico deben ser conscientes de las implicaciones legales y regulatorias de sus actividades, lo cual incluye desde la protección de la propiedad intelectual, hasta el cumplimiento de las normas de privacidad y seguridad de los datos (Flores, 2021). Es así como el navegar por este

entorno regulatorio en constante cambio representa un desafío, pero a la vez es de carácter esencial para el éxito a largo plazo.

Para abordar estos desafíos, estas organizaciones pueden beneficiarse en gran manera de las herramientas y modelos de la planificación estratégica. El análisis FODA, el análisis de PESTE, el modelo de las 5 fuerzas de Porter y el modelo de la cadena de valor están en la capacidad de proporcionar marcos útiles para el análisis del entorno interno y externo de la empresa, identificando oportunidades y amenazas sobre las cuales construir estrategias efectivas.

2.2.4. Implementación y control en la PE

La implementación y el control son aspectos clave para el proceso de planificación estratégica. Mientras que la implementación representa el despliegue de las estrategias y acciones delimitadas en el plan estratégico, el control hace referencia a la revisión y evaluación de estos planes para la medición de su eficacia y mejoramiento continuo (Martínez et al., 2021).

2.2.4.1. *Implementación de la estrategia*

Este proceso consiste en poner en marcha las estrategias delineadas en el plan estratégico, para lo cual, representa el punto en donde las ideas y conceptos se transforman en acciones reales. Dicho proceso requiere una coordinación eficaz, una comunicación transparente y una asignación óptima de recursos (Ciro-Gallo, 2021).

De tal forma, un elemento crucial en esta etapa es la implicación de todas las partes interesadas de la organización. La implementación eficaz de la estrategia requiere de un compromiso a todos los niveles de la organización, desde los directivos hasta los colaboradores en todos los niveles. De tal manera, es fundamental establecer una comunicación clara y regular sobre los objetivos y los procesos estratégicos.

Adicionalmente, la implementación de las estrategias de negocio puede implicar el desarrollo y la formación de los empleados en función de garantizar que estos tienen las habilidades y capacidades necesarias para la cumplimentación de sus roles en la ejecución de cada una de las acciones que conllevan a la estrategia (Ciro-

Gallo, 2021). En este sentido, el establecimiento de una cultura organizacional que respalde y potencie la implementación de la estrategia se convierte en un aspecto clave para la implementación.

2.2.4.2. *Control de la estrategia*

El control estratégico es el proceso de monitorear y evaluar el progreso y el rendimiento de la implementación de la estrategia (Rodríguez, 2021). Para lo cual, el control efectivo posibilita a las organizaciones la identificación de cualquier desviación de los planes estratégicos originales y la toma de medidas correctivas cuando corresponda.

En el contexto del control estratégico, las organizaciones habitualmente emplean una amplia gama de herramientas y técnicas, las cuales incluyen el análisis y la medición del rendimiento, el uso de indicadores clave de rendimiento (KPIs), y la realización de auditorías y revisiones tanto internas como externas (Valverde, 2023).

De esta forma, el objetivo del control estratégico es proporcionar una retroalimentación dinámica con la capacidad de ajustar y refinar las estrategias planteadas para la organización (Rodríguez, 2021). Dicho proceso es esencial para garantizar que la estrategia sigue siendo relevante y efectiva en un entorno empresarial en constante evolución.

Es así como, para el diseño del plan estratégico de la empresa *System Technology*, la consideración del futuro enfoque de implementación y la adaptabilidad necesaria del modelo estratégico, forma parte esencial para el asegurar que el PE aportará a los resultados deseados, beneficiando a la organización en su conjunto.

2.2.5. Factores clave en la PE

Al finalizar con el proceso de planificación estratégica, es fundamental extraer las conclusiones significativas e identificar los factores clave que han surgido a lo largo del estudio. Dichas conclusiones y factores determinados proporcionan una visión general de los resultados y ofrecen puntos de vista valiosos para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas.

De tal manera, una conclusión clave y evidente es que la PE es un proceso dinámico y continuo, el cual requiere una evaluación y ajuste constante. Para lo cual, a medida que el entorno empresarial evoluciona y cambia las circunstancias internas y externas de una organización, surge la necesidad de adaptar y actualizar la estrategia en consecuencia (Ore, 2020). Dicha flexibilidad es fundamental en función de mantener la relevancia y la efectividad de la planificación estratégica en el transcurso del tiempo.

Adicionalmente, los factores clave identificados en el proceso de planificación estratégica ofertan una comprensión más profunda de las áreas de enfoque y prioridad para la organización. Dichos factores pueden incluir aspectos como: la gestión de talento humano, la inversión en investigación y desarrollo, la innovación tecnológica, la diversidad de productos o servicios, la satisfacción del cliente, entre otros (Ore, 2020).

Para esto, es de suma importancia conocer que estos factores clave varían en función de la industria, el tamaño de la organización y giro de negocio. De tal manera, es fundamental adaptar y personalizar la planificación estratégica en calidad de satisfacer las necesidades y desafíos de cada empresa.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

La metodología es fundamental para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados alcanzados, así como para proporcionar una estructura clara y coherente a lo largo del proceso de investigación (García, 2016). De tal manera, en este capítulo se expone la metodología empleada en el presente estudio, lo cual, incluye el enfoque de investigación, el método empleado, el tipo de investigación, la población objeto, la muestra seleccionada y estructura del diseño experimental.

2.1. Enfoque

El presente proyecto de investigación se encamina al desarrollo de un estudio descriptivo para el diseño de un plan estratégico en la empresa *System Technology*. Utilizando para esto un enfoque de carácter mixto, el cual, combina elementos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión integral del problema y alcanzar los objetivos establecidos. Dicho enfoque mixto permitió una visión más compleja y enriquecedora de la realidad que se pretende explorar.

Es así como, se empleó una muestra representativa de sujetos tipo, la cual incluye empleados, directivos, clientes y proveedores al azar de diferentes segmentos socioeconómicos de la ciudad. El objetivo principal es analizar las complicaciones y limitaciones de la empresa en función de desarrollar un plan estratégico efectivo que aborde estas necesidades.

De tal manera, la presente investigación se llevó a cabo utilizando tanto fuentes de información primarias como secundarias. Las fuentes primarias consistieron en entrevistas al personal y la formulación de cuestionarios para la obtención de información directa en el lugar de estudio. Por otro lado, las fuentes secundarias incluyeron la revisión de bibliografía especializada en administración y planeación estratégica en pequeñas y medianas empresas. Adicionalmente, la documentación proporcionada por los directivos de la empresa fue también una fuente valiosa de información interna.

2.2. Método de la investigación

El presente trabajo emplea como método principal al método inductivo, el cual, hace referencia al razonamiento que posibilita la delimitación de conclusiones generales a partir de hechos generales (Falcón, 2021). En el caso de la empresa *System Technology*, por medio del diagnóstico situacional se pretende delimitar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización, en función de concluir y estructurar las estrategias óptimas para satisfacer las necesidades empresariales de la empresa.

2.3. Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación se desarrolló en calidad de investigación descriptiva, la cual, tiene como objetivo principal describir de manera precisa y detallada los fenómenos o eventos que se estudian, al igual que analizar las relaciones y características existentes entre las variables de interés (García, 2016). Dicho tipo de investigación posibilita una comprensión más completa y objetiva de la realidad que se desea estudiar.

En el contexto de este trabajo, la investigación descriptiva se enfocó en el análisis de la empresa *System Technology*, para la cual, se buscó comprender y describir la situación actual de la organización en términos de:

- a) Sus áreas funcionales.
- b) Su relación con el entorno.
- c) Las complicaciones y limitaciones que enfrenta.
- d) Los factores internos y externos que influyen en su rendimiento.

De esta manera, este tipo de investigación posibilita la identificación y caracterización de las variables relevantes para el diseño del plan estratégico. Esto incluye: la exploración de la planeación estratégica, el diagnóstico interno y externo, y el análisis FODA. Por medio de este enfoque, se obtuvo información detallada y procesa, la cual, rigió como base para la toma de decisiones estratégicas en la organización.

2.4. Población y muestra

La población objeto de estudio en este trabajo está compuesta por diversos grupos de interés relacionados con la empresa System Technology. Esta población incluye a los empleados directivos, colaboradores de todos los niveles jerárquicos, así como a los clientes y proveedores de la empresa. Estos individuos desempeñan roles cruciales en el funcionamiento y desarrollo de la organización y mantienen una interacción directa con sus productos y servicios.

Para abordar la población, se clasificó a los empleados en tres categorías principales: administrativo (gerente, contador y secretaria general), operativo (despachador y auxiliares de despacho) y servicio técnico. Dado que el número de empleados en la organización es de 7 individuos, se optó por incluir a la totalidad de esta población en el análisis interno de la empresa.

En contraste, debido a la amplia y diversa población de clientes y proveedores, fue necesario seleccionar una muestra representativa para obtener resultados significativos y extrapolables al conjunto completo. Para calcular el tamaño de la muestra de clientes y proveedores, se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$
$$n_{\text{clientes}} = \frac{1,96^2 \times 0,25^2 \times 100}{0,05^2(100 - 1) + 1,96^2 \times 0,25^2} = 49,24 \approx 50 \text{ clientes}$$
$$n_{\text{prov.}} = \frac{1,96^2 \times 0,25^2 \times 23}{0,05^2(23 - 1) + 1,96^2 \times 0,25^2} = 18,71 \approx 19 \text{ proveedores}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra poblacional a obtener

Z: nivel de confianza (95%), lo cual equivale a 1,96.

e: error máximo admisible (5%)

σ : desviación estándar (25%)

N: población

De esta manera, partiendo de la población de 100 clientes y 23 proveedores de la empresa System Technology se delimitó una muestra de 50 y 19 individuos respectivamente, en calidad de muestra clave para el presente estudio.

2.5. Diseño experimental

El desarrollo de la presente propuesta se dividió en tres etapas que responden a los objetivos específicos planteados.

Etapa I: Fase de diagnóstico

En esta etapa de estudio, se llevará a cabo un diagnóstico exhaustivo de la situación actual de la empresa *System Technology*. Para lo cual se emplearán encuestas en calidad de instrumento principal para la recopilación relevante de los diferentes actores involucrados en la organización. Estas encuestas fueron diseñadas para evaluar la percepción de los empleados, clientes y proveedores en cuanto a los aspectos claves del negocio, con el objetivo principal de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas FODA que la empresa enfrenta. Dichas encuestas se presentan en los ANEXOS A, B y C del presente documento.

El diseño de las encuestas se basó en una combinación de preguntas de carácter cerrado y abierto, con la finalidad de obtener datos cuantitativos y cualitativos. Estos instrumentos, rigieron como la base para desarrollar un análisis FODA que permita la identificación a profundidad de las necesidades estratégicas de la empresa. Para lo cual, dicha información fue analizada y procesada en conjunto con los miembros de la organización para la obtención de un panorama claro de la situación actual de *System Technology* y de esta manera delimitar los fundamentos para el desarrollo de estrategias para la empresa.

Etapa II: Propuesta de plan estratégico

En esta etapa, se desarrollaron estrategias generales, de operaciones y de organización para la empresa *System Technology*, en función de establecer las estrategias necesarias para encaminar a la empresa al cumplimiento de sus objetivos sin perder la mira en la misión y visión de la organización.

Para el desarrollo del plan estratégico, se generaron herramientas de respuesta al análisis FODA previamente desarrollado, delimitando estrategias clave de tipo: Fortalezas – Amenazas (FA), Debilidades – Amenazas (DA), Fortalezas – Oportunidades (FO), Debilidades – Oportunidades (DO). Dichas estrategias

específicas, las cuales, responden a las necesidades actuales de la organización permitirán el aprovechamiento de oportunidades y la superación de amenazas.

Por otro lado, el plan de operaciones se enfocó en la generación de estrategias para la optimización de los procesos internos de la empresa. Para lo cual, se realizó un análisis detallado de las actividades y flujos de trabajo existentes, identificando las áreas de mejora y proponiendo acciones para incrementar la eficiencia y la calidad de los productos y servicios ofertados por la empresa.

Finalmente, el plan organizacional se centró en la delimitación de estrategias que mejoren la estructura organizativa de la empresa, además de la definición de roles y responsabilidades. Cabe destacar que tanto el plan de operaciones y el plan organizacional, tienen como objetivo potenciar una estructura empresarial sólida que soporte el plan estratégico planteado y que brinde a la organización mejores fortalezas y oportunidades.

Etapa III: Evaluación de propuesta de tipo Usuario - Experto

En esta fase del estudio, se llevaron a cabo dos entrevistas orientadas a la determinación de factibilidad y validación de aporte del presente diseño del plan estratégico (Verificación de la hipótesis planteada). Las entrevistas se realizaron de manera individual, empleando un cuestionario estructurado y semiestructurado que aborda los aspectos relacionados con la percepción de un experto en el desarrollo de planes estratégicos y un usuario parte del equipo de trabajo de la empresa *System Technology*. Dichas entrevistas se presentan en el ANEXO D del presente documento.

2.6. Tratamiento de la información

Una vez recopilados los datos, se llevará a cabo un análisis exhaustivo para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas. Se aplicarán técnicas estadísticas y un análisis de contenido temático para comprender a fondo las percepciones y experiencias de los participantes. Sin embargo, se preservará la confidencialidad y se protegerán los intereses de la empresa al no divulgar información sensible o estratégica. Se respetarán los principios éticos

fundamentales, obteniendo el consentimiento informado de los participantes y garantizando la confidencialidad de los datos recopilados.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Etapa I: Fase de diagnóstico

Tras el levantamiento de la información y su correspondiente procesamiento y análisis en conjunto con los miembros de la empresa *System Technology* se obtuvieron los siguientes resultados:

3.1.1. Generalidades de la empresa

3.1.1.1. *Quiénes somos*

La empresa *System Technology* es un proveedor emergente de productos y servicios tecnológicos en el sector de la informática. Nos especializamos en la venta de computadoras, servicios técnicos para dispositivos móviles, laptops e impresoras, así como en la instalación de cableado estructurado, cámaras de seguridad y redes. También ofrecemos una variedad de productos como celulares, impresoras y accesorios de computación. Estamos comprometidos en crecer y convertirnos en un distribuidor reconocido en el mercado. Nuestro enfoque se centra en brindar soluciones tecnológicas de calidad, atención al cliente personalizada y servicios especializados para satisfacer las necesidades de nuestros clientes (*System Technology*, 2023).

3.1.1.2. *Misión*

Nuestra misión es ofrecer soluciones de alta calidad y accesibles que satisfagan las necesidades de nuestros clientes en Ecuador. Nos esforzamos por ser un socio confiable y cercano, brindando productos y servicios que mejoren la vida de las personas y las comunidades a las que servimos. Trabajamos con pasión y compromiso para contribuir al crecimiento y bienestar de nuestra región, manteniendo siempre un enfoque en la sostenibilidad y responsabilidad social. (*System Technology*, 2023).

3.1.1.3. *Visión*

Nuestra visión es ser reconocidos como un actor destacado en el mercado local, siendo líderes en la entrega de productos y servicios que marquen la diferencia. Buscamos crecer de manera sostenible, expandiendo nuestra presencia en el

mercado ecuatoriano y fortaleciendo nuestras relaciones con los clientes. Nos esforzamos por ser una empresa innovadora, ágil y comprometida con el desarrollo de nuestra comunidad, contribuyendo al progreso de Ecuador a través de soluciones prácticas y asequibles. (*System Technology*, 2023).

3.1.1.4. *Valores*

- a) **Excelencia:** Buscamos la excelencia en todo lo que hacemos, desde la calidad de nuestros productos y servicios hasta la atención al cliente. Nos esforzamos por superar las expectativas y ofrecer resultados sobresalientes.
- b) **Innovación:** Fomentamos la creatividad y la innovación en todas las áreas de nuestro negocio. Buscamos constantemente nuevas soluciones y enfoques para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes y mantenernos a la vanguardia de la tecnología.
- c) **Integridad:** Nos regimos por los más altos estándares éticos y profesionales. Valoramos la honestidad, la transparencia y el respeto en todas nuestras interacciones tanto internas como externas. Cumplimos nuestras promesas y nos comprometemos a actuar de manera justa y responsable.
- d) **Orientación al cliente:** Ponemos las necesidades y satisfacción de nuestros clientes en el centro de nuestras decisiones y acciones. Nos esforzamos por comprender sus requerimientos, ofrecer soluciones personalizadas y brindar un servicio excepcional que supere sus expectativas.
- e) **Trabajo en equipo:** Valoramos el trabajo en equipo y la colaboración. Fomentamos un ambiente de respeto mutuo, confianza y apoyo, donde todos los miembros del equipo puedan contribuir de manera significativa y se sientan valorados.
- f) **Responsabilidad social y ambiental:** Nos comprometemos a ser una empresa social y ambientalmente responsable. Buscamos minimizar nuestro impacto en el medio ambiente, promover prácticas sostenibles y contribuir positivamente a las comunidades en las que operamos.
- g) **Aprendizaje continuo:** Valoramos el aprendizaje y el desarrollo profesional de nuestro equipo. Promovemos un entorno que fomenta el crecimiento personal y profesional, y alentamos a nuestros empleados a buscar oportunidades de mejora y adquisición de nuevos conocimientos.

3.1.2. Personal y áreas funcionales

La empresa está conformada por 7 empleados, los cuales se distribuyen de la siguiente manera: personal administrativo (gerente, contador y secretaria general), de tipo operativo (despachador y auxiliares de despacho) y personal de mantenimiento. En cuanto a áreas funcionales la empresa se compone de: Gerencia, Contabilidad, Despacho y Servicio Técnico.

3.1.3. Objetivo Social

Su objeto social se centra en la venta de productos y servicios tecnológicos, como computadoras, dispositivos móviles y equipos de oficina, así como el mantenimiento y reparación de estos. *System Technology* es una empresa familiar conformada por 1 socio capitalista, el cual, lleva el mando de la empresa en calidad de gerente.

3.1.4. Aspectos económicos

La actividad principal de *System Technology* es la venta de tecnología, servicio técnico de celulares, laptops e impresoras, así como la instalación de cableado estructurado para redes y sistemas de cámaras de seguridad. *System Technology* se encuentra en el proceso de conversión a distribuidores de estos productos, ampliando así su oferta para con sus clientes, teniendo como principal objetivo el brindar soluciones tecnológicas integrales y de calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes en el ámbito de la informática y comunicaciones.

3.1.5. Estructuración inicial

En vista de la ausencia de objetivos, políticas y una estructura organizacional gráfica, se procedió con el desarrollo de estas en conjunto con la gerencia de *System Technology* con el objetivo de alinear posteriormente dichos parámetros junto con la misión, visión y valores organizacionales planteados por la organización con las estrategias propuestas en el plan estratégico.

3.1.5.1. Organigrama System Technology

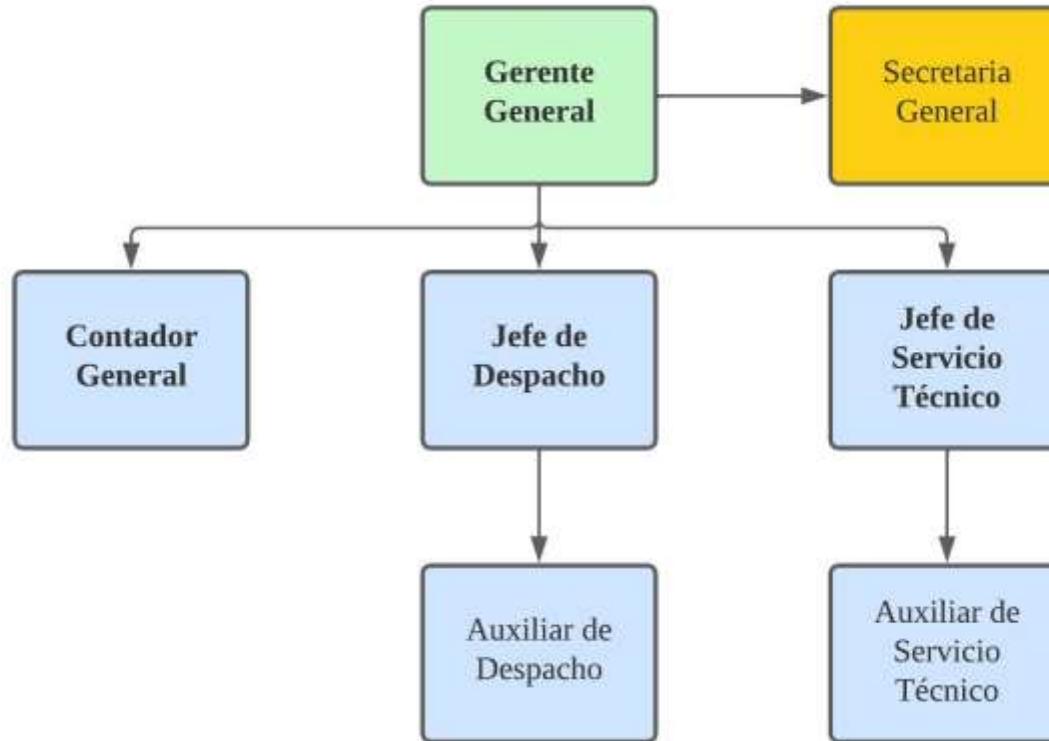


Figura 2. Organigrama estructural de System Technology

Elaborado por: El investigador.

3.1.5.2. *Objetivos estratégicos*

En función de alinear los objetivos con la visión general de la empresa, se proponen tres objetivos orientados a: la excelencia del servicio, al crecimiento sostenible y la innovación continua. Dichos objetivos se exponen a continuación:

- a) Objetivo de excelencia en el servicio: Brindar a nuestros clientes una experiencia excepcional al proporcionar productos y servicios de alta calidad, cumpliendo con sus necesidades y superando sus expectativas en todo momento.
- b) Objetivo de crecimiento sostenible: Expandir nuestro alcance y aumentar nuestra participación en el mercado, buscando nuevas oportunidades de negocio y desarrollando alianzas estratégicas que nos permitan incrementar nuestros ingresos y fortalecer nuestra posición competitiva.
- c) Objetivo de innovación continua: Ser líderes en la adopción y aplicación de nuevas tecnologías, ofreciendo soluciones innovadoras y adaptándonos rápidamente a las demandas del mercado. Promover una cultura de creatividad y mejora continua en todos los niveles de la organización.

3.1.5.3. *Políticas de gestión*

De igual manera, se establecieron políticas generales a través de las cuales la empresa podrá basar su accionar, las mismas que podrán irse desarrollando junto con las necesidades de la empresa. Dichas políticas se exponen a continuación:

- a) Política de calidad: En *System Technology* nos comprometemos a ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, cumpliendo con los estándares y normativas vigentes. Buscamos la satisfacción total de nuestros clientes, brindando soluciones confiables y eficientes que superen sus expectativas.
- b) Política de atención al cliente: Nuestra empresa se compromete a proporcionar un servicio al cliente excepcional, basado en la atención personalizada, la escucha activa y la pronta respuesta a sus necesidades. Buscamos establecer relaciones duraderas con nuestros clientes, brindando asesoramiento experto y resolviendo sus inquietudes de manera efectiva.
- c) Política de responsabilidad ambiental: En *System Technology* nos preocupamos por el cuidado del medio ambiente. Nos comprometemos a minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones, promoviendo prácticas sostenibles y el uso eficiente de los recursos. Buscamos reducir nuestra huella de carbono, fomentar la

reutilización y reciclaje de materiales, y colaborar con proveedores comprometidos con la sostenibilidad.

3.1.6. Situación actual

Tras llevar a cabo un análisis exhaustivo de la situación actual de la empresa *System Technology*, ha sido posible determinar su posición en el mercado y áreas de mejora. De esta manera, se destaca la amplia variedad de marcas y modelos de productos tecnológicos ofertados por la empresa, así como la capacitación y certificación del equipo técnico en reparación y mantenimiento. Adicionalmente la empresa cuenta con una sólida red de proveedores y distribuidores de confianza, una buena reputación y relaciones sólidas con clientes, brindando para con ellos un servicio de calidad y con una atención personalizada.

Sin embargo, también se ha delimitado la limitada presencia de la empresa en el mercado digital, con poca visibilidad en redes sociales y marketing en línea, así como la falta de un sistema integrado de gestión empresarial, el cual posibilitaría mejorar sus procesos internos. Además, la escasez de personal en situaciones de alta demanda o temporadas de promociones y dependencia de proveedores para reabastecimiento de productos representan desafíos que deben ser abordados.

De igual manera, se ha identificado una tendencia creciente en la adopción de dispositivos inteligentes, lo cual brinda grandes oportunidades para la expansión del negocio. Asimismo, se destacan las posibilidades de establecer alianzas estratégicas con fabricantes reconocidos, desarrollar soluciones tecnológicas personalizadas y aprovechar el auge del comercio electrónico.

Todo esto, sin dejar de lado que la empresa tomar en cuenta factores como: la competencia acelerada de empresas tecnológicas tanto establecidas como emergentes, los cambios de preferencias y necesidades de los clientes y las competencias de grandes plataformas de comercio electrónico. Finalmente, mediante la consideración de estos enfoques en cuanto al diseño del plan estratégico de la empresa *System Technology*, la organización estaría en una posición sólida para alcanzar un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en el mercado tecnológico.

CAPÍTULO IV. LA PROPUESTA

4.1. Etapa II: Propuesta de plan estratégico

4.1.1. Plan estratégico

La elaboración del presente plan estratégico se llevó a cabo en base a la información recopilada en cuanto a la empresa *System Technology*. Esta descripción permitió la comprensión de la situación actual de la empresa, sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a los que esta se enfrenta en su entorno empresarial. Con base en esta evaluación, se ha desarrollado un plan estratégico sólido, el cual permita alcanzar los objetivos de la organización y posibilite encaminar a la empresa hacia el crecimiento y el éxito sostenible.

4.1.1.1. Resumen

Nombre de la empresa: *System Technology*.

Descripción del negocio: *System Technology* es una empresa familiar especializada en la comercialización de productos y servicios relacionados con la tecnología, incluyendo la venta de computadoras, servicios técnicos para dispositivos electrónicos (celulares, laptops, impresoras), cableado estructurado para redes, cámaras de seguridad y la venta de accesorios de computación. Además, se encuentra en proceso de convertirse en distribuidor autorizado en su zona de operación.

Propietario: Tipán Toaquiza Édison Javier.

Mercado: El mercado objetivo de *System Technology* se compone de clientes tanto particulares como empresariales que requieren soluciones tecnológicas de calidad y confiables. Esto incluye empresas, instituciones educativas, profesionales independientes y usuarios finales que buscan productos y servicios tecnológicos en la ciudad de Latacunga y sus alrededores.

4.1.1.2. Introducción

El presente plan estratégico tiene como objetivo primordial impulsar el crecimiento y la competitividad de la empresa *System Technology* en el mercado de productos y servicios tecnológicos. De esta manera, se pretende establecer las bases

para el desarrollo de la organización en calidad de convertirse en una empresa líder en el mercado tecnológico.

Esta propuesta de plan estratégico esta fundamentada en la investigación exhaustiva y el análisis de la situación actual de la empresa, identificando sus áreas funcionales y sus respectivas falencias u oportunidades de mejora. Esto con el objetivo de convertir dichas debilidades en fortalezas, promoviendo un desarrollo y crecimiento óptimo de la organización.

La empresa actualmente cuenta con áreas clave como: gerencia, contabilidad, despacho y servicio técnico, en donde se ha reconocido el buen trabajo realizado por cada empleado. Sin embargo, dado el crecimiento gradual de la empresa, surge la creciente necesidad de reestructurar sus áreas funcionales básicas y asegurar que el personal cumpla de manera efectiva con sus funciones y responsabilidades.

Es así como, por medio de este plane estratégico, se busca establecer los lineamientos necesarios para optimizar el desempeño de la empresa, fortaleciendo sus áreas funcionales, mejorando la coordinación de actividades, fomentando su comunicación interna y asegurando una correcta distribución de funciones. De esta forma, se pretende potenciar el crecimiento de *System Technology* y consolidar su posición en el mercado, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad que permita alcanzar el nivel de satisfacción deseado en los clientes.

4.1.1.3. Diagnóstico Interno

A continuación, se presenta el diagnóstico interno de las áreas conformantes de la empresa *System Technology*:

Área administrativa: En cuanto el área administrativa de la empresa se identifican ciertas debilidades y oportunidades de mejora. En relación con la coordinación de las actividades, se observa la necesidad de establecer una comunicación más efectiva y fluida entre los directivos y el personal. Además, se evidenció la ausencia de un documento escrito que defina claramente la misión, visión, objetivos y valores organizaciones.

En términos de marketing, se identifica la falta de una estrategia sólida para promover la imagen de los productos de la empresa. Por lo que se requiere

implementar acciones de publicidad y mejorar la presencia de la organización en medios digitales, como páginas web y redes sociales. De igual manera, se delimito la necesidad de mejorar la identidad visual de la empresa, mediante el rediseño de su logotipo y la creación de materiales promocionales claros y atractivos.

En términos de ventas, se observa que la política de crédito de la empresa es muy flexible, lo que puede conllevar a un riesgo financiero para la empresa, razón por la cual, se recomienda establecer políticas de crédito más rigurosas y fomentar la venta de contado para mejorar su liquidez. Adicionalmente, es importante el desarrollo de un formato de cotización estandarizado para facilitar las transacciones comerciales de la empresa.

En relación con el personal, se evidencia la falta de un manual de funciones que defina claramente las responsabilidades de cada empleado. Asimismo, se requiere implementar uniformes y *carnets* de identificación en función de mejorar la imagen corporativa de la empresa. De igual manera, es necesario brindar al personal una capacitación en sistemas y motivar al equipo de trabajo para mejorar el desempeño y la satisfacción laboral.

En cuanto a la infraestructura y logística de la organización, se observa la necesidad de implementar medidas de seguridad y salud ocupacional, como la implementación de la señalética correspondiente y el aseguramiento del EPP. Estas debilidades identificadas en el área de administración y de dirección representan directamente oportunidades de mejora para fortalecer la gestión interna de la empresa y lograr un crecimiento sostenible.

Área de contabilidad: Esta área desempeña un papel clave en el manejo de la información financiera y en la toma de decisiones, destacando para esto, la precisión y exactitud al generar los estados financieros y reportes contables. Sin embargo, se identificaron ciertas áreas potenciales de mejora.

En primer lugar, se delimita la necesidad de contar con una comunicación más fluida y oportuna en relación con los gastos y negocios realizados, lo cual, implica la recolección de la información y los soportes necesarios de todos los gastos, así como la notificación inmediata de los cobros de las ventas. Una comunicación

efectiva entre el área contable y las demás áreas de la empresa tiene el potencial de garantizar la precisión y la integridad de la información financiera.

Adicionalmente, se evidencia la falta de análisis comparativos de ventas, lo cual limita la capacidad de la empresa en la identificación de tendencias y oportunidades de mejora en los procesos de ventas. Para lo cual, se recomienda la implementación de herramientas y metodologías que posibiliten realizar un seguimiento más a detalle de las ventas, analizando factores como: el comportamiento de mercado, la evolución de los ingresos y los márgenes de ganancia, los cuales, favorecerán la toma de decisiones estratégicas y por lo tanto el crecimiento y la rentabilidad de la organización.

Es fundamental para la organización contar con una administración adecuada del dinero, esto implica una gestión eficiente de los pagos de impuestos y una correcta administración de los flujos de efectivo. Para lo cual, un análisis financiero riguroso y periódico permitirá evaluar la situación actual de la empresa y tomar acciones para mejorar su desempeño financiero.

Área de despachos: Esta área presenta ciertas debilidades que requieren atención y mejora. En primer lugar, se identifica la falta de equipos de seguridad adecuados para el personal (EPPs), para lo cual, es fundamental garantizar la seguridad y protección de los empleados durante el desempeño de sus funciones, por lo que se recomienda proporcionar el equipo necesario, como son: cascos, guantes y calzado de seguridad.

Por otro lado, se observa la ausencia de políticas de calidad y políticas ambientales en área de despacho. Dichas políticas son esenciales para garantizar la eficiencia en el proceso y minimizar el impacto ambiental de las actividades de la empresa. Razón por la cual se sugiere establecer políticas claras y procedimientos operativos estándar que promueven la calidad en el servicio de despacho y responsabilidad ambiental.

Otro aspecto para tomar en cuenta es la falta de un sistema de control de inventario, para lo cual, la gestión adecuada del inventario es crucial para garantizar la disponibilidad de los productos y evitar retrasos en las entregas. De esta manera, se

recomienda implementar un sistema de inventario que permita llevar un registro preciso de las existencias, realizar un seguimiento continuo en las salidas y entradas de productos y facilitar la planificación de las actividades de despacho.

Po último, en caso de que la empresa de un salto al entorno de distribución zonal se tiene que considerar la potencial falta de personal en el área debido a la sobrecarga de actividades que cada empelado deberá realizar. Por lo cual es importante evaluar dicha carga y proyectar la contratación de personal adicional para asegurar una distribución equitativa de las tareas, garantizando una eficiente gestión de despacho.

Área de servicio técnico: Esta área de igual manera presenta algunas oportunidades de menora. Estas incluyen:

- a) Tiempo de respuesta: El departamento de servicio técnico presenta demoras en la atención y resolución de solicitudes de los clientes, lo cual puede generar insatisfacción y afectar la reputación de la empresa.
- b) Capacitación del personal: A pesar de que *System Technology* cuenta con personal sumamente bien calificado para el proceso de servicio técnico, existe una oportunidad de mejorar la capacitación del equipo manteniéndolo actualizado con las últimas tecnologías y tendencias en el mercado, en otras palabras, es fundamental establecer un programa de capacitaciones continuas. Esto garantizará un servicio de alta calidad y la capacidad de resolver problemas de una forma efectiva.
- c) Gestión de recursos: Se observa una falta de coordinación en la asignación y utilización de los recursos disponibles en el departamento. Lo que puede llevar a una utilización ineficiente de los recursos y retraso en la entrega de los servicios.
- d) Comunicación interna: Existe una comunicación deficiente entre los miembros del equipo de Servicio técnico, lo que puede resultar en malentendidos y falta de colaboración. Para esto, una comunicación clara y efectiva es crucial para garantizar una prestación de servicios de calidad.
- e) Gestión de garantías: El proceso de gestión de garantías presenta deficiencias, lo que puede afectar la satisfacción del cliente. Para esto, es fundamental establecer un sistema eficiente y transparente para la gestión de garantías, que permita un seguimiento adecuado y una resolución rápida de los problemas.

Abordar dichas oportunidades de mejora será fundamental para mejorar la calidad del servicio ofertado, garantizar la satisfacción del cliente y fortalecer la reputación de empresa en el mercado. A través de la implementación las estrategias adecuadas como las planteadas previamente, se podrá alcanzar un departamento de Servicio Técnico eficiente y altamente competente.

4.1.1.4. Reestructuración de áreas funcionales

Una vez identificadas las oportunidades de mejora de la empresa, se procedió con la reestructuración de áreas funciones, las cuales se describen a continuación:

Área de Gerencia: La función de la gerencia en *System Technology* es liderar y dirigir estratégicamente todas las operaciones de la empresa. Sus responsabilidades incluyen la toma de decisiones clave, la elaboración y ejecución de planes estratégicos, la gestión de recursos humanos y financieros, así como el establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores y socios comerciales. Además, la gerencia es responsable de establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes y asegurarse de que se cumplan los objetivos establecidos en el plan estratégico.

Área de Ventas y Marketing: El equipo de ventas y marketing de *System Technology* se encarga de promover los productos y servicios de la empresa, así como de identificar oportunidades de mercado y generar nuevas ventas. Estos profesionales trabajan en estrecha colaboración con los clientes para entender sus necesidades y ofrecer soluciones tecnológicas adecuadas. También son responsables de desarrollar estrategias de marketing, gestionar la comunicación con los clientes, participar en ferias comerciales y eventos del sector, y establecer relaciones a largo plazo con los clientes existentes.

Área de Operaciones: El área de operaciones se encarga de la gestión eficiente de todos los procesos relacionados con la adquisición, almacenamiento, ensamblaje y distribución de los productos de *System Technology*. Esto incluye la gestión de inventarios, el control de calidad de los productos, la coordinación de la logística de entrega y el mantenimiento de relaciones sólidas con proveedores y fabricantes. El objetivo es garantizar que los productos estén disponibles en el momento adecuado y en las cantidades necesarias para satisfacer la demanda de los clientes.

Área de Servicio Técnico: El servicio técnico de *System Technology* desempeña un papel fundamental en el soporte y mantenimiento de los productos vendidos por la empresa. Este equipo de profesionales altamente capacitados se encarga de brindar asistencia técnica a los clientes, solucionar problemas y realizar reparaciones de equipos informáticos, dispositivos móviles, impresoras y otros dispositivos. Su objetivo es garantizar la satisfacción del cliente y brindar un servicio de alta calidad, respondiendo rápidamente a las solicitudes de soporte y asegurando el correcto funcionamiento de los productos.

Área de Finanzas y Administración: El área de finanzas y administración se ocupa de la gestión financiera de la empresa, incluyendo la contabilidad, el control de costos, la elaboración de presupuestos, la gestión de cuentas por pagar y por cobrar, así como la generación de informes financieros. También se encarga de la administración del personal, la gestión de nóminas y beneficios, y el cumplimiento de las obligaciones legales y fiscales. El objetivo es garantizar una gestión financiera sólida y transparente, así como una eficiente administración de los recursos de la empresa.

4.1.1.5. Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica fundamental para evaluar la situación de una empresa y determinar su posición competitiva en el mercado (Figura 3) (Martínez et al., 2021). En el presente caso, el análisis FODA permitió la identificación y análisis de los aspectos internos y externos que impactan en su desempeño y su capacidad para alcanzar sus objetivos.

Este análisis proporcionó una visión global de la empresa, destacando sus fortalezas internas, como sus recursos, capacidades y ventajas competitivas, así como las oportunidades externas que puede aprovechar en su entorno empresarial. Además, también se examinaron las debilidades internas y las amenazas externas que pueden obstaculizar su desarrollo y afectar su competitividad. Dicha identificación y análisis se presentan a continuación:

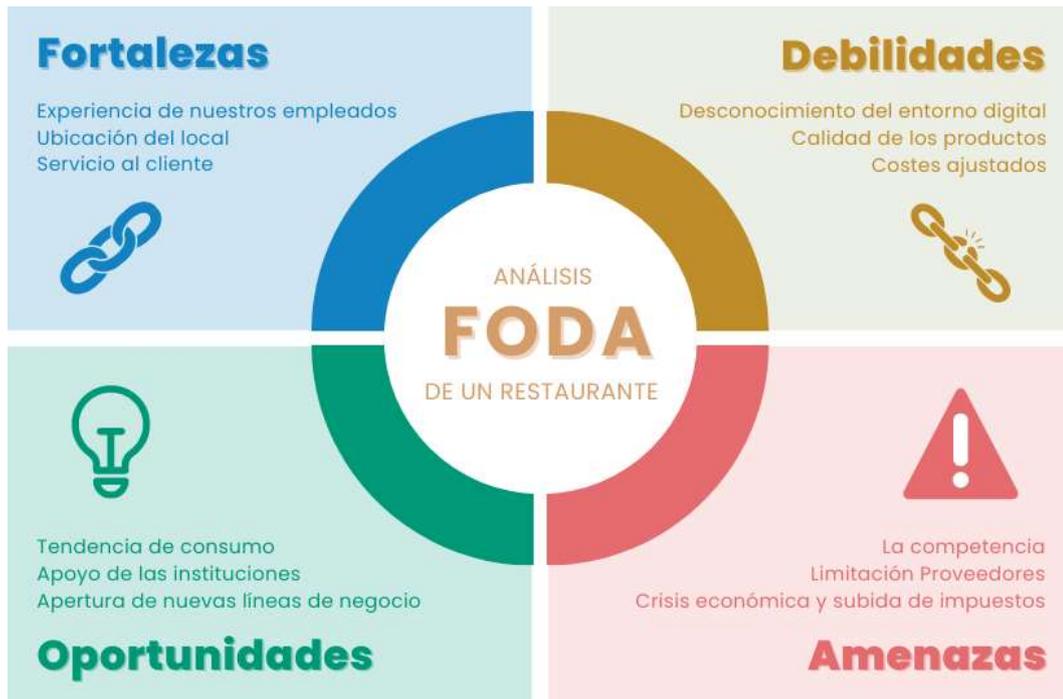


Figura 3. Estructura FODA/DOFA

Fuente: (Ortega, 2018).

Fortalezas:

- a) Amplia variedad de marcas y modelos de productos tecnológicos.
- b) Equipo técnico altamente capacitado y certificado en reparación y mantenimiento.
- c) Amplia red de proveedores y distribuidores confiables.
- d) Buena reputación y relaciones sólidas con los clientes.
- e) Excelente servicio al cliente y atención personalizada.
- f) Estratégica ubicación de la tienda en zonas comerciales y de alta afluencia.
- g) Experiencia en el mercado tecnológico con años de trayectoria.
- h) Infraestructura y equipamiento modernos para realizar reparaciones y pruebas.

Oportunidades:

- a) Tendencia creciente de la adopción de dispositivos inteligentes.
- b) Alianzas estratégicas con fabricantes reconocidos para acceder a productos exclusivos.
- c) Desarrollo de soluciones tecnológicas personalizadas para empresas y negocios.
- d) Aprovechamiento del auge del comercio electrónico para incrementar las ventas en línea.

- e) Ofrecer servicios de consultoría tecnológica para asesorar a los clientes en sus necesidades.
- f) Participación en ferias y exposiciones tecnológicas para promocionar la empresa.
- g) Integración de servicios de mantenimiento y reparación en contratos de garantía extendida.
- h) Explotar el mercado de accesorios y productos complementarios a dispositivos tecnológicos.
- i) Expansión de la línea de productos con artículos de última generación y tendencias tecnológicas.

Debilidades:

- a) Limitada presencia en el mercado digital, con poca visibilidad en redes sociales y marketing en línea.
- b) Falta de un sistema integrado de gestión empresarial para optimizar los procesos internos.
- c) Escasez de personal en momentos de alta demanda o en temporadas de promociones.
- d) Dependencia de proveedores para la adquisición de productos, lo que puede afectar los plazos de entrega.
- e) Necesidad de mejorar la logística de inventario para evitar agotamiento de productos populares.
- f) Limitada capacidad para ofrecer financiamiento o facilidades de pago a los clientes.
- g) Escasa diversificación en los canales de distribución, centrados principalmente en tienda física.
- h) Poca inversión en programas de fidelización y retención de clientes.
- i) Desactualización en las habilidades y conocimientos del personal en relación con las últimas tendencias tecnológicas.
- j) Necesidad de mejorar la gestión de garantías y devoluciones para ofrecer una experiencia de posventa más satisfactoria.

Amenazas:

- a) Competencia acelerada de empresas tecnológicas establecidas y emergentes.
- b) Cambios en las preferencias y necesidades de los clientes que pueden afectar la demanda de ciertos productos.

- c) Aumento en la popularidad de las compras en línea y la competencia de grandes plataformas de comercio electrónico.
- d) Posibles variaciones en los precios de los proveedores que podrían afectar los márgenes de ganancia.
- e) Riesgo de obsolescencia de productos debido a la rápida evolución tecnológica.
- f) Inestabilidad económica y fluctuaciones cambiarias que pueden afectar los costos de importación de productos.
- g) Posibles restricciones regulatorias en cuanto a importación y comercialización de ciertos productos tecnológicos.
- h) Amenazas de seguridad cibernética y protección de datos que pueden afectar la confianza de los clientes.
- i) Crisis sanitarias o desastres naturales que puedan interrumpir la cadena de suministro o afectar la demanda.
- j) Desafíos para mantenerse actualizado con las últimas tecnologías y tendencias del mercado, dada la rapidez con la que evolucionan.

Con esta información, fue factible la elaboración de estrategias que capitalicen las fortalezas detectadas, aprovechen las oportunidades, aborden las debilidades y mitiguen las amenazas con el objetivo de fortalecer la posición competitiva y alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa *System Technology*. Dichas estrategias se exponen a continuación:

Estrategias FO (Fortalezas - Oportunidades):

Estas estrategias aprovechan las fortalezas internas de la empresa y las oportunidades externas del mercado para maximizar el crecimiento y la competitividad de *System Technology*.

- a) FO1: Diversificación de productos y servicios: Aprovechar la amplia gama de productos y servicios de System Technology para capitalizar el crecimiento de la demanda tecnológica. Identificar nuevas oportunidades en el mercado y expandir la oferta para satisfacer las necesidades de los clientes.
- b) FO2: Desarrollo de alianzas estratégicas: Establecer alianzas con proveedores y fabricantes líderes en la industria tecnológica para acceder a productos de alta calidad y ampliar el catálogo de productos. Colaborar con socios estratégicos para ofrecer soluciones integrales y fortalecer la posición competitiva en el mercado.

- c) FO3: Enfoque en el servicio personalizado: Diferenciarse a través de un servicio al cliente altamente personalizado. Comprender las necesidades individuales de los clientes y ofrecer soluciones adaptadas a sus requerimientos. Fortalecer las relaciones a largo plazo y generar recomendaciones positivas.
- d) FO4: Mejora de la planificación estratégica: Implementar un plan de acciones sólido y bien definido que establezca objetivos claros y una dirección a largo plazo. Realizar análisis periódicos del entorno competitivo y las tendencias tecnológicas para adaptar las estrategias y aprovechar nuevas oportunidades.
- e) FO5: Fortalecimiento de la estructura y organización administrativa: Establecer una estructura organizativa eficiente que facilite la toma de decisiones, la coordinación entre departamentos y la eficiencia en los procesos internos. Definir roles y responsabilidades claras para garantizar un flujo de trabajo eficaz.
- f) FO6: Inversión en desarrollo de personal y capacitación: Brindar capacitación continua al equipo para mantenerse actualizados en las últimas tecnologías y tendencias del mercado. Promover un ambiente de aprendizaje y desarrollo profesional que fomente la excelencia y la innovación en el servicio al cliente.
- g) FO7: Implementación de estrategias de marketing y promoción: Diseñar campañas de marketing efectivas que destaquen la diversidad de productos y servicios de System Technology. Utilizar canales de comunicación adecuados para llegar a los segmentos de mercado objetivo y aumentar la visibilidad de la marca.

Estrategias DO (Debilidades - Oportunidades):

Estas estrategias buscan aprovechar las oportunidades del mercado al abordar las debilidades internas de la empresa. Mediante la implementación de acciones concretas, se busca mejorar la competitividad y el desempeño de *System Technology* en el mercado tecnológico.

- a) DO1: Mejora de la estructura organizativa: Fortalecer la estructura organizativa y mejorar la organización administrativa de la empresa. Establecer roles y responsabilidades claras, mejorar la comunicación interna y promover la coordinación entre los diferentes departamentos.
- b) DO2: Capacitación y desarrollo del personal: Brindar capacitación y desarrollo profesional al equipo de trabajo para mejorar sus habilidades y conocimientos. Esto permitirá abordar las deficiencias en el área de servicio técnico y mantenimiento, asegurando una prestación de servicios de calidad.

- c) DO3: Implementación de políticas de calidad y seguridad: Establecer políticas y procedimientos para garantizar la calidad en los servicios de mantenimiento y reparación de equipos. Implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger los activos de la empresa y asegurar la satisfacción del cliente.
- d) DO4: Mejora en la gestión financiera: Fortalecer la gestión financiera de la empresa mediante una adecuada planificación y control de los recursos económicos. Esto incluye la gestión de inventarios, control de costos y mejora en la administración de los pagos a proveedores y cobros a clientes.
- e) DO5: Innovación y adaptación tecnológica: Invertir en tecnología y sistemas actualizados que mejoren los procesos internos y permitan una prestación de servicios más eficiente. Esto incluye la implementación de herramientas de seguimiento de inventario, sistemas de gestión de clientes y automatización de tareas.
- f) DO6: Establecimiento de alianzas estratégicas: Establecer alianzas con proveedores y empresas complementarias para fortalecer la oferta de servicios de System Technology. Estas alianzas pueden ayudar a superar las debilidades internas y aprovechar las oportunidades del mercado de manera conjunta.

Estrategias FA (Fortalezas - Amenazas):

Estas estrategias permiten aprovechar las fortalezas internas de la empresa para hacer frente a las amenazas externas. Al centrarse en la diferenciación, la fidelización de clientes y la mejora continua, *System Technology* puede mitigar las amenazas del mercado y mantener una posición competitiva sólida.

- a) FA1: Diferenciación de productos y servicios: Utilizar la diversificación del portafolio de productos como una fortaleza para diferenciarse de la competencia. Ofrecer productos y servicios únicos, innovadores y de alta calidad que satisfagan las necesidades específicas de los clientes.
- b) FA2: Fidelización de clientes: Utilizar la experiencia técnica y el conocimiento del mercado para brindar un servicio de excelencia y generar relaciones duraderas con los clientes. Implementar programas de fidelización, ofrecer descuentos especiales y brindar un servicio personalizado que supere las expectativas de los clientes.
- c) FA3: Monitoreo constante del mercado: Mantenerse al tanto de los avances tecnológicos y las tendencias del mercado para adaptarse rápidamente a los cambios y anticiparse a las amenazas. Realizar investigaciones de mercado,

analizar la competencia y estar en sintonía con las necesidades cambiantes de los clientes.

- d) FA4: Mejora continua de la calidad: Utilizar la retroalimentación de los clientes y los datos obtenidos para mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios. Implementar sistemas de control de calidad y realizar mejoras en los procesos internos para garantizar la satisfacción del cliente y mantener una ventaja competitiva.
- e) FA5: Estrategias de marketing efectivas: Utilizar estrategias de marketing innovadoras y efectivas para aumentar la visibilidad de la empresa y llegar a un público más amplio. Esto incluye la utilización de las redes sociales, campañas publicitarias creativas y participación en eventos relevantes del sector.

Estrategias DA (Debilidades - Amenazas):

Estas estrategias buscan abordar las debilidades internas y mitigar las amenazas externas, permitiendo a *System Technology* superar los desafíos y lograr un crecimiento sostenible en el mercado tecnológico.

- a) DA1: Alianzas estratégicas con empresas complementarias: Establecer alianzas estratégicas con otras empresas que complementen los productos y servicios de System Technology. Esto permitirá superar las limitaciones internas y hacer frente a las amenazas de la competencia al ampliar el alcance de la empresa y ofrecer soluciones integrales a los clientes.
- b) DA2: Mejorar la gestión financiera: Implementar mejores prácticas de gestión financiera, incluyendo un control riguroso de los gastos, una política de crédito más sólida y una gestión eficiente de los pagos a los proveedores. Esto ayudará a mitigar las amenazas relacionadas con la competencia y mantener una posición financiera sólida.
- c) DA3: Innovación y adaptación tecnológica: Promover la innovación y la adaptación tecnológica en todas las áreas de la empresa. Esto incluye la implementación de nuevas tecnologías en los procesos internos, la mejora de los sistemas de información y la búsqueda de soluciones tecnológicas que mejoren la eficiencia y la calidad de los productos y servicios.

Como se puede observar en las estrategias de tipo FO, DO, FA y DA previamente planteadas, existen estrategias que hacen referencia o están directamente relacionadas ligadas entre sí, destacándose como primordiales para el

presente análisis. De esta manera, a continuación, se presenta una serie de estrategias de integración e intensivas, las cuales, están diseñadas para ayudar a la empresa a fortalecer su posición en el mercado, expandir su base de clientes e incrementar su competitividad (Tabla 1). Cada estratégica está acompañada de su definición y ejemplos prácticos para ilustrar su aplicación.

Tabla 1. Estrategias de integración e intensivas

Estrategias de Integración	Definición	Propuesta
Integración Horizontal	Consiste en colaborar o asociarse con competidores directos o empresas del mismo sector para fortalecer la posición en el mercado.	<i>System Technology</i> establece alianzas estratégicas con otras empresas de tecnología para ofrecer soluciones integrales y ampliar su cartera de productos.
Integración Vertical	Implica establecer relaciones cercanas con proveedores o distribuidores para asegurar el suministro de productos y controlar la calidad y logística.	<i>System Technology</i> establece acuerdos a largo plazo con proveedores de componentes electrónicos para asegurar la calidad y disponibilidad de sus productos.
Estrategias Intensivas de Penetración en el Mercado	Se enfocan en aumentar la participación en el mercado actual mediante estrategias de marketing, promoción y fidelización de clientes.	<i>System Technology</i> lanza campañas de marketing digital dirigidas a su público objetivo local, ofreciendo descuentos y promociones para impulsar las ventas.
Estrategias Intensivas de Desarrollo de Mercado	Consisten en explorar nuevos segmentos de mercado o geográficos para expandir la base de clientes y aumentar las ventas.	<i>System Technology</i> identifica un mercado objetivo en áreas rurales cercanas y adapta sus productos y servicios para satisfacer las necesidades de esos clientes.
Estrategias Intensivas de Desarrollo de Productos o Servicios	Se centran en la innovación y mejora de los productos existentes para ofrecer soluciones más atractivas y competitivas en el mercado.	<i>System Technology</i> invierte en investigación y desarrollo para mejorar las características y funcionalidades de sus servicios y mantenerse actualizado.

Estrategias Intensivas de Diversificación	Buscan expandirse hacia nuevos mercados o industrias mediante la creación o adquisición de nuevos productos o servicios.	<i>System Technology</i> diversifica su negocio ofreciendo servicios de consultoría tecnológica para empresas que deseen optimizar su infraestructura y seguridad.
--	--	--

Elaborado por: El investigador.

De igual manera, en función de visualizar de forma clara las estrategias propuestas para cada área y delimitar responsabilidades en cuanto a cómo se pueden aprovechar las fortalezas y oportunidades externas, así como también abordar las debilidades y hacer frente a las amenazas, se presenta una relación entre las estrategias prioritarias de tipo FO, DO, FA y DA previamente planteadas en relación con las áreas funcionales de la empresa *System Technology* (Tabla 2).

Tabla 2. Estrategias primordiales vs áreas funcionales

Área de Trabajo	Estrategia FO	Estrategia DO	Estrategia FA	Estrategia DA
Gerencia	Aprovechar la diversificación del portafolio de productos.	Desarrollar un plan estratégico y establecer objetivos claros y dirección estratégica a largo plazo.	Fortalecer la diversificación del portafolio de productos.	Mejorar la organización administrativa para aumentar la eficiencia interna.
Finanzas y Administración	Utilizar el conocimiento técnico para realizar análisis financiero.	Implementar un sistema de control financiero riguroso y preciso.	Mejorar la gestión financiera y contable para una toma de decisiones informada y eficiente.	Establecer una estructura organizativa eficiente y establecer políticas de calidad y seguridad financiera.
Ventas y Marketing	Capitalizar el conocimiento del mercado para desarrollar estrategias de marketing.	Desarrollar una estrategia de mercadeo enfocada en la personalización y segmentación del mercado.	Utilizar el conocimiento del mercado para desarrollar estrategias de marketing efectivas.	Mejorar la planificación y ejecución de estrategias de ventas y marketing.

Servicio Técnico	Aprovechar el conocimiento técnico para ofrecer soluciones de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.	Implementar un sistema de gestión de calidad y seguimiento del servicio técnico.	Ofrecer servicios técnicos personalizados para cada cliente y atender sus necesidades específicas.	Establecer una estructura organizativa eficiente y establecer políticas de calidad y seguridad en el servicio técnico.
Operaciones	Utilizar el conocimiento técnico para la implementación o actualización del sistema de gestión de inventarios.	Establecer procesos rigurosos de control de calidad para asegurar que los productos cumplan con los estándares establecidos.	Coordinar la logística de entrega de los productos, asegurando que los pedidos sean procesados de manera eficiente.	Establecer relaciones sólidas con los proveedores y fabricantes, asegurando la disponibilidad constante de materiales y componentes.

Elaborado por: El investigador.

Cabe destacar que la implementación y seguimiento de las estrategias presentadas en las Tablas 1 y 2, requieren de acciones concretas y específicas frente a la realidad y capacidad de la empresa *System Technology*, de tal manera se propone llevar a cabo dichas estrategias en un entorno de círculos de calidad (técnica de mejora continua que involucra a grupo miembros de la organización que se reúnen de forma regular para identificar, analizar y resolver problemáticas con su área de trabajo) mediante la activación de planes de acción alineados con las estrategias antes planteadas. Para esto, se propone un formato de plan de acción en el ANEXO E del presente trabajo.

4.1.1.6. *Proyección de cumplimiento*

La siguiente tabla presenta una proyección de cumplimiento para las estrategias clave propuestas en el plan estratégico de *System Technology*. Estas estrategias han sido cuidadosamente diseñadas para fortalecer la posición competitiva y el crecimiento sostenible de esta empresa tecnológica de tamaño pequeño en Ecuador. Cada estrategia se ha evaluado en términos de su tiempo de ejecución estimado, el área responsable de su implementación y la inversión estimada necesaria para llevarla a cabo. Además, se han identificado indicadores clave de desempeño (KPIs) que serán fundamentales para monitorear y evaluar el progreso de estas estrategias

a medida que se implementan. Esta proyección de cumplimiento proporciona una visión general de cómo System Technology se prepara para abordar sus desafíos internos y aprovechar las oportunidades del mercado, con el objetivo de lograr un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción del cliente.

Tabla 3. Proyección de cumplimiento de estrategias

Estrategia	Tiempo de Ejecución Estimado	Área Responsable	Inversión Estimada (en dólares)	Indicadores KPI
FO1	6 meses	Ventas y Marketing	1,500	1. Incremento en ventas de nuevos productos. 2. Número de alianzas estratégicas establecidas.
FO2	4 meses	Operaciones	1,000	1. Reducción del tiempo de entrega. 2. Aumento de la satisfacción del cliente.
FO3	3 meses	Ventas y Marketing	2,000	1. Incremento en la presencia en línea a través de redes sociales y sitio web. 2. Generación de leads a través de campañas en línea.
FO4	6 meses	Finanzas y Administración	1,000	1. Mejora en la eficiencia financiera. 2. Reducción de costos operativos.
FO5	5 meses	Operaciones	1,500	1. Mejora en la gestión de inventarios. 2. Reducción de errores en la cadena de suministro.

FO6	4 meses	Finanzas y Administración	1,000	1. Cumplimiento de plazos para pagos a proveedores. 2. Mejora en la gestión de cuentas por cobrar.
FO7	7 meses	Ventas y Marketing	2,500	1. Incremento en la tasa de conversión de clientes potenciales a clientes reales. 2. Aumento en las ventas de productos destacados.
DO1	5 meses	Finanzas y Administración	1,500	1. Reducción de riesgos financieros. 2. Mejora en la gestión de créditos a clientes.
DO2	4 meses	Ventas y Marketing	1,000	1. Incremento en el número de leads generados. 2. Aumento en la retención de clientes.
DO3	3 meses	Operaciones	1,000	1. Reducción de errores en procesos operativos. 2. Eficiencia en la gestión de recursos.
DO4	5 meses	Operaciones	1,500	1. Mejora en la eficiencia de las entregas. 2. Aumento de la satisfacción del cliente.
DO5	4 meses	Finanzas y Administración	1,000	1. Reducción de costos administrativos. 2. Eficiencia en la gestión de cuentas por pagar.

DO6	6 meses	Ventas y Marketing	1,500	1. Incremento en la participación de mercado. 2. Mejora en la imagen de la marca.
FA1	4 meses	Ventas y Marketing	1,000	1. Aumento en la satisfacción del cliente. 2. Incremento en las recomendaciones de clientes.
FA2	3 meses	Operaciones	1,000	1. Eficiencia en la gestión de calidad. 2. Mejora en los procesos de producción.
FA3	5 meses	Ventas y Marketing	1,500	1. Aumento en la participación de mercado. 2. Incremento en las ventas de productos de alta calidad.
FA4	4 meses	Finanzas y Administración	1,000	1. Eficiencia en la gestión de costos. 2. Reducción de gastos innecesarios.
FA5	6 meses	Ventas y Marketing	2,000	1. Incremento en la notoriedad de la marca. 2. Aumento en la satisfacción del cliente.
DA1	3 meses	Operaciones	500	1. Reducción de errores en procesos operativos. 2. Eficiencia en la gestión de recursos.

DA2	4 meses	Finanzas y Administración	1,000	1. Reducción de riesgos financieros. 2. Mejora en la gestión de cuentas por pagar.
DA3	5 meses	Ventas y Marketing	1,000	1. Incremento en el número de leads generados. 2. Aumento en la retención de clientes.

Elaborado por: El investigador.

4.1.1.7. Resultados esperados

Tras la implementación de las estrategias previamente planteadas en la empresa *System Technology*, se estiman resultados significativos en términos de fortalezas y oportunidades, los cuales se exponen a continuación:

Fortalezas mejoradas:

- a) Diversificación del portafolio de productos: Se espera que la empresa amplíe su oferta de productos tecnológicos, incluyendo computadoras, celulares, laptops, impresoras y accesorios de computación, brindando una mayor variedad y opciones a los clientes.
- b) Capacitación técnica fortalecida: La implementación de estrategias DO permitirá mejorar aún más el conocimiento técnico de la empresa en el servicio y mantenimiento de dispositivos electrónicos, lo que se traducirá en una mayor eficiencia y calidad en los servicios ofrecidos.
- c) Atención a la cliente mejorada: Las estrategias FO y DO permitirán enfocarse en brindar una atención al cliente excepcional, superando sus expectativas y generando lealtad hacia la empresa.
- d) Mayor visibilidad de marca: Mediante las estrategias FO y FA, se espera que la empresa incremente su presencia y reconocimiento en el mercado, logrando una mayor visibilidad de marca tanto a nivel local como regional.
- e) Relaciones sólidas con proveedores: La implementación de estrategias FA permitirá fortalecer las alianzas estratégicas con proveedores clave, garantizando un suministro confiable y de alta calidad de productos tecnológicos.

- f) Optimización de procesos internos: Las estrategias DA buscarán mejorar la eficiencia operativa y optimizar los procesos internos de la empresa, lo que permitirá una mejor gestión de recursos y una reducción de costos.
- g) Desarrollo de talento interno: Se espera que la empresa invierta en el desarrollo y capacitación de su personal, fortaleciendo así su equipo de trabajo y generando un mayor compromiso y rendimiento laboral.
- h) Cultura de innovación: Mediante la implementación de estrategias FO, se fomentará una cultura de innovación en la empresa, impulsando la generación de ideas creativas y la adopción de tecnologías emergentes.
- i) Mayor enfoque en la responsabilidad social: Las estrategias FO y FA promoverán un mayor compromiso con la responsabilidad social empresarial, lo que permitirá a la empresa generar un impacto positivo en la comunidad y mejorar su imagen corporativa.
- j) Mejora en la rentabilidad: En general, se espera que la implementación de estas estrategias conduzca a un incremento en la rentabilidad de la empresa, gracias a la captación de nuevos clientes, la fidelización de los existentes y la optimización de los recursos disponibles.

Oportunidades mejoradas:

- a) Crecimiento del mercado: Gracias a la implementación de estrategias FO y DA, se espera que *System Technology* aproveche el crecimiento continuo del mercado tecnológico. Esto incluye el aumento de la demanda de dispositivos electrónicos, el avance de la transformación digital en diversos sectores y la creciente necesidad de soluciones tecnológicas en empresas y hogares.
- b) Expansión geográfica: Mediante la implementación de estrategias FA y DO, la empresa buscará expandir su presencia geográfica, llegando a nuevos mercados y regiones. Esto permitirá alcanzar a más clientes potenciales y aumentar la cuota de mercado en áreas donde aún no se ha explorado completamente.
- c) Alianzas estratégicas: Las estrategias FA y DO facilitarán la creación de alianzas estratégicas con proveedores, fabricantes y socios comerciales clave. Estas asociaciones permitirán a *System Technology* acceder a nuevas oportunidades de negocio, ampliar su catálogo de productos y servicios, y ofrecer soluciones integrales a sus clientes.
- d) Desarrollo de nuevos productos y servicios: La implementación de estrategias FO y DA fomentará la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios. Esto

permitirá a la empresa mantenerse a la vanguardia de las tendencias tecnológicas, ofrecer soluciones más avanzadas y diferenciarse de la competencia.

- e) Personalización y enfoque en el cliente: Las estrategias FO y DO impulsarán un enfoque más personalizado en el servicio al cliente. Esto significa comprender las necesidades específicas de cada cliente y ofrecer soluciones adaptadas a sus requerimientos. La capacidad de brindar una experiencia única y satisfactoria fortalecerá la relación con los clientes y generará mayores oportunidades de negocios repetidos y recomendaciones.
- f) Digitalización y comercio electrónico: La implementación de estrategias DO y FA impulsará la digitalización de los procesos y la adopción del comercio electrónico. Esto permitirá a la empresa llegar a nuevos clientes a través de plataformas en línea, ofrecer servicios de venta y soporte digital, y optimizar la experiencia de compra en el entorno virtual.
- g) Mejora de la reputación y la imagen de marca: La implementación de estrategias FO y FA contribuirá a mejorar la reputación y la imagen de marca de *System Technology*. Esto incluye fortalecer la confianza de los clientes, generar una percepción positiva en el mercado y diferenciarse como un proveedor confiable de soluciones tecnológicas.
- h) Penetración en segmentos de mercado no explorados: Mediante la implementación de estrategias DO y DA, la empresa podrá identificar y penetrar en segmentos de mercado no explotados. Esto permitirá alcanzar nuevos grupos de clientes con necesidades específicas y generar nuevas fuentes de ingresos.

4.1.2. Plan de operaciones

El Plan de Operaciones es un componente fundamental en la gestión de cualquier empresa, ya que se encarga de definir las estrategias y acciones necesarias para asegurar un funcionamiento eficiente y efectivo de todas las actividades operativas (Buzón, 2017). En el caso de la empresa, *System Technology*, es crucial contar con un plan que permita optimizar los procesos internos, garantizar la calidad de los productos y servicios, y satisfacer las demandas y expectativas de los clientes.

En este contexto, se propone una amplia gama de estrategias para el Plan de Operaciones, las cuales, tienen como objetivo principal establecer las directrices y lineamientos necesarios para el adecuado funcionamiento de las áreas operativas de la empresa. Se busca mejorar la eficiencia, reducir los costos, maximizar la calidad y promover la innovación en nuestros procesos y actividades diarias.

A lo largo de este documento, se presentarán: las estrategias, los recursos y los indicadores de desempeño que permitirán seguir avanzando en la mejora continua de las operaciones de la organización. El compromiso es establecer un marco sólido que garantice la excelencia operativa en todas las áreas de la empresa, promoviendo así la satisfacción de los clientes y el logro de los objetivos organizacionales.

4.1.2.1. Instalaciones

System Technology es una empresa pequeña dedicada a la venta de productos tecnológicos, por lo cual cuenta con instalaciones adaptadas a sus actividades comerciales. Sus instalaciones se distribuyen en un espacio de aproximadamente 200 metros cuadrados, que incluyen una zona de exhibición y venta al público, un área de atención al cliente, un área de servicio técnico, un pequeño almacén y una oficina administrativa.

La zona de exhibición y venta al público está diseñada de manera organizada y funcional, con estanterías y vitrinas que exhiben sus productos de forma atractiva y accesible para los clientes. Este espacio cuenta con un mostrador de atención al cliente donde sus empleados brindan asesoramiento y asistencia a los visitantes.

En el área de atención al cliente, las instalaciones cuentan con un ambiente acogedor y cómodo donde los clientes pueden realizar consultas, hacer seguimiento

a sus pedidos y recibir asistencia técnica. Aquí, el personal encargado de la atención al cliente se encarga de brindar un servicio amable, profesional y personalizado, buscando siempre superar las expectativas de los clientes.

En el área de servicio técnico, la empresa cuenta con instalaciones especializadas y equipamiento de alta gama para brindar un servicio eficiente y de calidad a los clientes. Dichas instalaciones están diseñadas específicamente para el diagnóstico, reparación y mantenimiento de equipos tecnológicos.

El pequeño almacén está destinado a almacenar el inventario de productos y garantizar su disponibilidad para satisfacer las demandas de los clientes. Aunque es un espacio limitado, está organizado de manera eficiente para facilitar la ubicación y la gestión de los productos.

La oficina administrativa es el núcleo central de las operaciones internas. Es un espacio funcional donde se llevan a cabo las tareas administrativas, como la gestión de pedidos, la contabilidad y el control de inventario. El equipo administrativo trabaja en un ambiente colaborativo, utilizando tecnologías y herramientas adecuadas para asegurar una eficiencia y precisión en sus labores diarias.

4.1.2.2. *Productos y servicios de la empresa*

A continuación, en la Tabla 4 se detallan de manera general los productos y servicios ofertados por la empresa *System Technology*:

Tabla 4. *Productos y servicios de System Technology*

Producto/Servicio	Descripción	Capacidad mensual
Computadoras	La empresa ofrece una amplia variedad de computadoras de última generación, tanto de escritorio como portátiles.	Hasta 200 unidades
Celulares	La empresa dispone de una amplia gama de teléfonos móviles de diferentes marcas y modelos, con funciones avanzadas y tecnología de vanguardia.	Hasta 300 unidades

Laptops	La empresa cuenta con laptops de diversas marcas y especificaciones técnicas, ideales para el trabajo, el estudio o el entretenimiento.	Hasta 150 unidades
Impresoras	La empresa ofrece una variedad de impresoras de diferentes tipos, como láser y de inyección de tinta, con funciones avanzadas como impresión a color y capacidad de red.	Hasta 100 unidades
Accesorios de Computación	La empresa proporciona una amplia selección de accesorios para computadoras, como teclados, mouse, auriculares, cables y adaptadores.	Hasta 500 unidades
Servicio Técnico de Dispositivos Electrónicos	La empresa ofrece servicios de reparación y mantenimiento para dispositivos electrónicos, como computadoras, celulares y laptops.	Hasta 50 servicios
Servicio de Instalación de Redes y cámaras de seguridad	La empresa ofrece servicios de instalación y configuración de redes y cámaras de seguridad.	Hasta 15 servicios

Elaborado por: El investigador.

4.1.2.3. Estrategias para la planeación de la producción

La planificación de la producción se realiza con el objetivo de superar las capacidades actuales de la empresa, identificando áreas de mejora y buscando oportunidades para aumentar la capacidad de oferta. Se priorizan acciones que permitan agilizar los procesos, optimizar los recursos y satisfacer la demanda de manera eficiente, brindando una experiencia positiva a los clientes (Buzón, 2017).

De esta manera, se han formulado estrategias para la planeación de la producción de *System Technology* enfocadas en superar las capacidades actuales, buscando optimizar los procesos y recursos disponibles para cumplir con la demanda de manera eficiente. A continuación, se presenta las estrategias clave para la planificación de la producción en cada uno de los productos y servicios presentados en el apartado anterior:

Computadoras:

- a) Evaluar la posibilidad de aumentar la capacidad de producción mediante la adquisición de maquinaria y equipos adicionales.
- b) Implementar mejoras en los procesos de ensamblaje y pruebas de calidad para agilizar la producción y reducir los tiempos de entrega.
- c) Realizar análisis de la demanda y previsión de ventas para ajustar la programación de producción y evitar agotamientos de stock.

Celulares:

- a) Explorar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con fabricantes para acceder a mayores volúmenes de celulares y ampliar la capacidad de oferta.
- b) Implementar un sistema de gestión de inventario más eficiente que permita realizar un seguimiento preciso de los niveles de stock y evitar escasez de productos.

Laptops:

- a) Evaluar la viabilidad de mejorar las instalaciones y equipamiento para aumentar la capacidad de producción de laptops.
- b) Implementar técnicas de producción lean y optimización de procesos para reducir el tiempo de ensamblaje y mejorar la productividad.

Impresoras:

- a) Buscar proveedores alternativos que puedan suministrar impresoras adicionales para incrementar la capacidad de oferta.
- b) Capacitar al personal en técnicas de mantenimiento preventivo para minimizar tiempos de inactividad de las impresoras y maximizar la capacidad de servicio.

Accesorios de Computación:

- a) Establecer acuerdos con proveedores para asegurar un suministro constante y suficiente de accesorios de computación, superando las capacidades actuales.
- b) Realizar análisis de demanda y ajustar los niveles de inventario para satisfacer las necesidades de los clientes de manera oportuna.

Servicio Técnico de Dispositivos Electrónicos:

- a) Contratar personal adicional con experiencia en servicio técnico para ampliar la capacidad de atención y reducir los tiempos de espera.

- b) Implementar un sistema de gestión de citas y seguimiento de servicios para mejorar la eficiencia en la atención al cliente y maximizar la capacidad de servicio.

4.1.2.4. Proceso de producción

En cuanto a los procesos de producción identificados en la *empresa System Technology*, se encuentra el proceso de servicio técnico y el proceso de venta y distribución, para los cuales, se ha establecido la siguiente estructura:

Proceso de servicio técnico:

En el proceso de Servicio Técnico de dispositivos electrónicos de *System Technology*, se busca brindar un servicio eficiente y de calidad, asegurando una reparación adecuada y satisfactoria para los clientes. El personal técnico está capacitado y cuenta con las herramientas necesarias para llevar a cabo las reparaciones de manera profesional, minimizando los tiempos de espera y ofreciendo soluciones efectivas a los problemas presentados por los dispositivos electrónicos de los clientes.

Recepción y Registro del Dispositivo:

- a) El cliente se acerca al mostrador de servicio técnico y entrega su dispositivo electrónico para su reparación.
- b) El empleado de recepción registra los detalles del dispositivo en el sistema, incluyendo el número de serie, modelo, descripción del problema y los datos de contacto del cliente.

Diagnóstico y Evaluación:

- a) El dispositivo es asignado a un técnico especializado en el servicio técnico correspondiente (computadoras, celulares, laptops, etc.).
- b) El técnico realiza un diagnóstico exhaustivo del dispositivo para identificar la causa del problema y evaluar los componentes afectados.
- c) Se registra en el sistema el informe de diagnóstico y se determina el costo estimado de la reparación, en caso de ser necesario.

Autorización y Reparación:

- a) Se comunica al cliente el diagnóstico y el costo estimado de la reparación.

- b) El cliente autoriza la reparación y se procede a realizar las tareas necesarias para solucionar el problema.
- c) Se utilizan herramientas, equipos y repuestos adecuados para llevar a cabo la reparación.
- d) El técnico realiza las pruebas correspondientes para verificar el correcto funcionamiento del dispositivo después de la reparación.

Entrega y Pago:

- a) Una vez finalizada la reparación, se notifica al cliente que su dispositivo está listo para ser retirado.
- b) El cliente se acerca al mostrador de servicio técnico y se le entrega el dispositivo reparado.
- c) Se genera la factura correspondiente con el detalle de la reparación y el costo total.
- d) El cliente realiza el pago en el punto de venta, ya sea en efectivo, tarjeta de crédito o débito, según su preferencia.

Seguimiento y Garantía:

- a) Se registra en el sistema la fecha de entrega y el cliente firma el comprobante de recepción.
- b) Se brinda al cliente información sobre la garantía de la reparación y los procedimientos a seguir en caso de presentar algún problema posterior.
- c) Se realiza un seguimiento periódico para verificar la satisfacción del cliente y garantizar la calidad del servicio prestado.

Proceso de venta:

El proceso de venta de productos en *System Technology* involucra la identificación de necesidades, la presentación y demostración de productos, la resolución de dudas y objeciones, la negociación y el cierre de la venta, y el seguimiento postventa. Este enfoque orientado al cliente garantiza una experiencia de compra satisfactoria y fortalece las relaciones comerciales con los clientes.

- a) Identificación de necesidades: El vendedor se encarga de identificar las necesidades del cliente mediante preguntas y escucha activa. Se busca comprender qué tipo de producto está buscando, cuáles son sus requisitos y preferencias.
- b) Presentación de productos: Una vez que se han identificado las necesidades del cliente, el vendedor presenta los productos que mejor se ajustan a esas necesidades.

Se destacan las características y beneficios de cada producto, enfocándose en cómo puede satisfacer los requerimientos del cliente.

- c) **Demostración del producto:** En esta etapa, se brinda al cliente la oportunidad de ver y experimentar el producto. Se pueden realizar demostraciones prácticas para mostrar su funcionamiento, calidad y rendimiento. Esto ayuda al cliente a tomar una decisión informada y confiada.
- d) **Resolución de dudas y objeciones:** Durante el proceso de venta, es común que los clientes tengan preguntas o inquietudes. El vendedor se asegura de resolver todas las dudas de manera clara y concisa, proporcionando información adicional si es necesario. Además, aborda cualquier objeción que pueda surgir, buscando soluciones y destacando los beneficios del producto.
- e) **Negociación y cierre de la venta:** Una vez que el cliente ha mostrado interés en el producto y ha expresado su disposición a realizar la compra, se procede a la negociación de los términos de venta. El vendedor puede ofrecer descuentos, paquetes promocionales u otras ventajas para asegurar el cierre exitoso de la venta.
- f) **Seguimiento postventa:** Después de completar la venta, el vendedor realiza un seguimiento para asegurarse de que el cliente esté satisfecho con su compra. Se brinda asistencia adicional, como la instalación o configuración del producto, y se ofrece soporte técnico si es necesario. Además, se busca establecer una relación a largo plazo con el cliente, fomentando la fidelidad y la repetición de compras.

4.1.2.6. Maquinaria y equipos

Durante el proceso de Servicio Técnico de Dispositivos Electrónicos en la empresa *System Technology* se utilizan diferentes máquinas y equipos para llevar a cabo las tareas de diagnóstico y reparación. Algunos de estos equipos incluyen:

Estación de Trabajo para Reparación:

- a) **Estación de soldadura:** utilizada para realizar soldaduras en los componentes electrónicos.
- b) **Estación de desoldadura:** utilizada para remover componentes dañados o defectuosos.
- c) **Estación de calor por infrarrojos:** utilizada para aplicar calor controlado en la reparación de componentes.
- d) **Multímetro:** utilizado para medir voltajes, corrientes y resistencias en los circuitos electrónicos.

- e) Osciloscopio: utilizado para visualizar las señales eléctricas y diagnosticar problemas en los circuitos.

Herramientas de Reparación y Mantenimiento:

- a) Destornilladores de precisión: utilizados para desmontar y montar los dispositivos electrónicos.
- b) Pinzas y alicates: utilizados para manipular y sujetar componentes pequeños.
- c) Cautín: utilizado para realizar soldaduras en los circuitos electrónicos.
- d) Kit de herramientas para apertura de dispositivos: incluye herramientas especiales para abrir y desmontar dispositivos electrónicos sin dañarlos.

Software de Diagnóstico y Pruebas:

- a) Software de diagnóstico: utilizado para identificar y diagnosticar problemas en los dispositivos electrónicos.
- b) Software de pruebas de rendimiento: utilizado para evaluar el rendimiento y funcionamiento de los dispositivos después de la reparación.

Por otro lado, durante el proceso de venta de productos en *System Technology*, se utilizan diversos equipos y dispositivos para facilitar y mejorar la experiencia de compra. Algunos de los equipos y dispositivos comúnmente utilizados incluyen:

- a) Punto de venta (POS): Se utilizan terminales de punto de venta para realizar transacciones y procesar pagos de manera segura y eficiente. Estos dispositivos permiten aceptar tarjetas de crédito o débito, así como otros métodos de pago electrónicos.
- b) Sistemas de inventario: Para llevar un control preciso del inventario, se emplean sistemas de inventario y gestión de stock. Estos sistemas permiten monitorear la disponibilidad de los productos en tiempo real, realizar pedidos de reposición cuando sea necesario y garantizar una gestión eficiente de las existencias.
- c) Dispositivos móviles: Los vendedores pueden utilizar dispositivos móviles, como tablets o smartphones, para acceder al catálogo de productos, consultar información técnica, verificar precios y realizar transacciones en cualquier lugar de la tienda. Esto proporciona flexibilidad y agilidad en el proceso de venta.
- d) Pantallas interactivas: Algunas tiendas pueden utilizar pantallas interactivas para mostrar información detallada de los productos, presentar promociones especiales o brindar recomendaciones personalizadas. Estas pantallas permiten una mayor

interacción con los clientes y les proporcionan información adicional para tomar decisiones de compra.

- e) Software de gestión de clientes: Para ofrecer un servicio personalizado, se pueden utilizar software de gestión de clientes que almacenan información relevante sobre los clientes, como preferencias de compra, historial de compras y datos de contacto. Esto permite a los vendedores ofrecer recomendaciones más precisas y brindar un servicio adaptado a las necesidades de cada cliente.
- f) Impresoras de recibos: Se utilizan impresoras de recibos para generar comprobantes de compra para los clientes. Estas impresoras ofrecen impresiones rápidas y de calidad, y pueden personalizarse con el logotipo y los datos de la empresa.

4.1.2.7. Perfil del personal

El perfil profesional requerido para el cargo de Servicio Técnico en la empresa *System Technology* se caracteriza por las siguientes habilidades y competencias:

- a) Conocimientos técnicos: Se espera que el profesional tenga sólidos conocimientos en electrónica y tecnología de dispositivos electrónicos. Debe comprender los principios y funcionamiento de los componentes electrónicos, así como estar al tanto de las últimas tendencias y avances en el campo.
- b) Experiencia previa: Se valora la experiencia previa en el área de Servicio Técnico de dispositivos electrónicos. Esto incluye haber trabajado en la reparación y mantenimiento de dispositivos como computadoras, celulares, laptops, impresoras, entre otros.
- c) Habilidades de diagnóstico: El profesional debe poseer habilidades de diagnóstico efectivas para identificar rápidamente los problemas en los dispositivos electrónicos. Debe ser capaz de utilizar herramientas y software de diagnóstico de manera precisa y eficiente.
- d) Destreza manual: Es necesario tener habilidades manuales y destreza en el manejo de herramientas específicas para la reparación de dispositivos electrónicos. Esto incluye habilidades de soldadura, desoldadura y manipulación de componentes pequeños.
- e) Resolución de problemas: El técnico de Servicio Técnico debe ser capaz de resolver problemas de manera eficiente y efectiva. Debe tener habilidades analíticas y capacidad para encontrar soluciones creativas a los desafíos que puedan surgir durante el proceso de reparación.

- f) Orientación al cliente: Se requiere que el profesional tenga habilidades de comunicación efectivas y un enfoque orientado al cliente. Debe ser capaz de brindar un excelente servicio al cliente, escuchando sus necesidades y proporcionando soluciones adecuadas de manera clara y comprensible.
- g) Organización y gestión del tiempo: El técnico de Servicio Técnico debe ser capaz de organizar y gestionar su tiempo de manera efectiva. Debe poder manejar múltiples tareas y solicitudes de manera simultánea, cumpliendo con los plazos establecidos y brindando un servicio oportuno.

Por otro lado, el perfil profesional deseado para el vendedor de productos en *System Technology* incluye las siguientes características y habilidades:

- a) Conocimientos técnicos: Se requiere un sólido conocimiento de los productos tecnológicos que ofrece la empresa, incluyendo computadoras, celulares, laptops, impresoras y accesorios de computación. El vendedor debe estar al tanto de las especificaciones técnicas, características y funcionalidades de los productos para proporcionar información precisa y relevante a los clientes.
- b) Experiencia en ventas: Se valora la experiencia previa en ventas, preferiblemente en el sector tecnológico. El vendedor debe tener habilidades para persuadir, negociar y cerrar ventas, así como la capacidad de identificar las necesidades del cliente y ofrecer soluciones adecuadas.
- c) Habilidades de comunicación: Es fundamental contar con habilidades de comunicación efectiva para interactuar con los clientes de manera clara, amable y profesional. El vendedor debe ser capaz de explicar de forma comprensible las características y beneficios de los productos, así como resolver dudas o inquietudes que puedan surgir.
- d) Orientación al cliente: Se busca un vendedor con una actitud orientada al cliente, que pueda establecer relaciones sólidas y duraderas. Debe demostrar empatía, escucha activa y capacidad para entender las necesidades del cliente, ofreciendo recomendaciones personalizadas y brindando un excelente servicio postventa.
- e) Habilidades de venta consultiva: Se valora la capacidad de realizar ventas consultivas, es decir, identificar las necesidades del cliente y ofrecer soluciones adecuadas. El vendedor debe tener habilidades para hacer preguntas pertinentes, escuchar atentamente y adaptar sus recomendaciones en función de las necesidades específicas de cada cliente.

- f) Orientación a resultados: Se requiere una mentalidad orientada a alcanzar y superar los objetivos de venta establecidos. El vendedor debe tener habilidades para cerrar ventas, manejar objeciones y cumplir con los indicadores de rendimiento, manteniendo un enfoque en la consecución de resultados.
- g) Proactividad y capacidad de aprendizaje: Se valora la proactividad y la capacidad de aprender y mantenerse actualizado en el campo de la tecnología. El vendedor debe estar dispuesto a capacitarse en los nuevos productos y avances tecnológicos, para brindar un mejor asesoramiento a los clientes.

4.1.2.8. Documentos del proceso

En función de respaldar los procesos de servicio técnico y ventas de la empresa *System Technology*, se deben utilizar diferentes documentos que ayuden a organizar y mantener un registro adecuado de las actividades realizadas. Entre estos documentos se encuentran:

- a) Orden de servicio: Este documento se utiliza en el proceso de servicio técnico para registrar los detalles de la solicitud de reparación o mantenimiento realizada por el cliente. Incluye información como el nombre del cliente, la descripción del problema, los datos del dispositivo y las instrucciones específicas.
- b) Reporte de diagnóstico: En el proceso de servicio técnico, se debe generar un reporte de diagnóstico que contenga los resultados de las pruebas y evaluaciones realizadas al dispositivo. Este documento detalla las fallas encontradas, las posibles soluciones y las recomendaciones para el cliente.
- c) Factura de servicio: Después de completar el servicio técnico, se emite una factura de servicio que detalla los costos asociados, incluyendo los honorarios por mano de obra, repuestos utilizados y cualquier otro cargo adicional. Esta factura sirve como comprobante de pago para el cliente y registra los ingresos generados por el servicio.
- d) Cotización: En el proceso de ventas, se pueden utilizar cotizaciones para presentar una oferta detallada de los productos o servicios solicitados por el cliente. Esta cotización incluye la descripción de los productos o servicios, los precios, las condiciones de venta y cualquier otra información relevante.
- e) Orden de compra: Una vez que el cliente acepta la cotización y decide realizar la compra, se genera una orden de compra que formaliza el pedido. Esta orden de compra especifica los productos o servicios solicitados, las cantidades, los precios acordados y los términos de entrega.

- f) Factura de venta: Al finalizar la venta, se emite una factura de venta que detalla los productos o servicios adquiridos, los precios unitarios, el total a pagar y los datos del cliente. Esta factura sirve como comprobante de la transacción y se utiliza para llevar un registro de las ventas realizadas.
- g) Contrato de servicio: En algunos casos, especialmente en servicios de mantenimiento o soporte técnico continuo, se puede utilizar un contrato de servicio que establece los términos y condiciones del acuerdo entre la empresa y el cliente. Este contrato incluye detalles como la duración del servicio, los costos, las responsabilidades de ambas partes y cualquier otra cláusula relevante.

Dichos documentos son fundamentales para respaldar y formalizar los procesos de servicio técnico y ventas de la empresa, permitiendo llevar un registro preciso de las actividades realizadas, los acuerdos establecidos y los pagos efectuados, brindando seguridad tanto para la empresa como para el cliente. Además, facilitan la organización y la comunicación eficiente de la información entre los diferentes departamentos involucrados en estos procesos.

4.1.2.9. Inventarios

El proceso de inventario es fundamental para garantizar un control adecuado de los productos utilizados en el servicio técnico y los productos disponibles para la venta en la empresa *System Technology* (Moreira-Cañarte & Peñafiel-Rivas, 2019). A continuación, se describe un proceso de inventario ideal que puede ayudar a mantener un registro preciso y eficiente de los activos de la empresa:

- a) Recepción de productos: Cuando se recibe una nueva entrega de productos, ya sea para el servicio técnico o para la venta, se debe realizar una verificación exhaustiva de la cantidad y la calidad de los productos recibidos. Cada producto debe ser registrado en un sistema de inventario, incluyendo detalles como el nombre del producto, la descripción, el número de serie (si aplica) y la cantidad recibida.
- b) Almacenamiento adecuado: Es importante contar con un área de almacenamiento designada y organizada para los productos. Cada producto debe ser etiquetado y ubicado en su lugar correspondiente, de manera que sea fácilmente accesible y se pueda realizar un seguimiento preciso de su ubicación en el inventario.
- c) Registro de movimientos: Cada vez que se realice un movimiento de productos, ya sea para utilizarlos en el servicio técnico o para la venta, se debe registrar el movimiento en el sistema de inventario. Esto incluye la salida de productos del

inventario para su uso o venta, así como la devolución o reposición de productos en el inventario.

- d) Control de stock: El sistema de inventario debe mantener un registro actualizado del stock disponible en todo momento. Esto implica llevar un seguimiento de las entradas y salidas de productos, así como las cantidades disponibles en el inventario. Mediante la implementación de un sistema de control de stock, se puede realizar un seguimiento de las existencias actuales y generar alertas automáticas cuando se alcance un nivel mínimo de stock.
- e) Reabastecimiento oportuno: Con base en el control de stock, se debe establecer un proceso de reabastecimiento oportuno para garantizar que los productos estén disponibles en el inventario cuando se necesiten. Esto implica realizar un seguimiento de la demanda de los productos y realizar pedidos a proveedores o realizar la producción necesaria para mantener un nivel adecuado de stock.
- f) Inventarios periódicos: Se deben realizar inventarios periódicos para verificar físicamente la existencia y la condición de los productos en el inventario. Esto ayuda a identificar posibles discrepancias entre los registros del sistema y la realidad física, y permite tomar medidas correctivas si es necesario.
- g) Actualización de registros: Es fundamental mantener los registros del inventario actualizados en todo momento. Cada vez que se realice un movimiento de productos, ya sea una entrada o salida, se debe reflejar de manera precisa en el sistema de inventario. Esto garantiza que la información sea confiable y útil para la toma de decisiones relacionadas con el inventario.

La implementación de un proceso de inventario bajo dichas consideraciones permitirá a la empresa *System Technology* tener un control efectivo sobre sus activos, minimizar las pérdidas por falta de stock o productos obsoletos, y garantizar la disponibilidad de los productos necesarios para brindar un servicio de calidad tanto en el servicio técnico como en la venta de productos.

4.1.2.10. Estrategias del plan de operaciones

Una vez identificadas, analizadas y estructuradas las operaciones de la empresa *System Technology*, se procedió con el diseño de estrategias que posibiliten la mejora continua del plan de operaciones y a la vez respalde el plan estratégico previamente delimitado. Dichas estrategias son expuestas a continuación:

- a) Implementar un sistema de gestión de calidad: Establecer un sistema de gestión de calidad basado en estándares reconocidos, como ISO 9001, para garantizar la excelencia en todas las operaciones de la empresa. Esto incluye la adopción de prácticas de mejora continua, la identificación y corrección de deficiencias, y la búsqueda constante de la satisfacción del cliente.
- b) Establecer indicadores clave de desempeño (KPI): Definir y monitorear regularmente los KPI relevantes para las operaciones de la empresa, como la eficiencia en el servicio técnico, el tiempo de entrega de los productos, el nivel de satisfacción del cliente, entre otros. Utilizar estos indicadores para identificar áreas de mejora y establecer metas realistas y alcanzables. Debido a la importancia de esta estrategia, en el ANEXO F del presente trabajo se presenta un formato para el desarrollo de indicadores.
- c) Fomentar la capacitación y el desarrollo del personal: Brindar oportunidades de capacitación y desarrollo a los empleados para mejorar sus habilidades técnicas y profesionales. Esto incluye programas de formación interna, participación en cursos externos y promoción de la educación continua. Un personal capacitado y motivado contribuirá a la mejora continua de las operaciones.
- d) Implementar un sistema de retroalimentación del cliente: Establecer mecanismos para recopilar y analizar la retroalimentación de los clientes sobre los servicios técnicos y la experiencia de compra. Utilizar esta información para identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas de manera oportuna.
- e) Optimizar la cadena de suministro: Evaluar y mejorar constantemente la cadena de suministro de la empresa, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega de los productos o servicios. Buscar formas de reducir costos, minimizar tiempos de espera y mejorar la eficiencia en todas las etapas del proceso.
- f) Implementar tecnología y automatización: Evaluar la posibilidad de implementar tecnología y sistemas automatizados para agilizar y optimizar las operaciones. Esto puede incluir el uso de software de gestión de inventario, sistemas de seguimiento de pedidos y automatización de procesos repetitivos. La tecnología puede mejorar la eficiencia y reducir los errores en las operaciones.
- g) Fomentar la cultura de mejora continua: Promover una cultura organizacional que valore y fomente la mejora continua en todas las áreas de la empresa. Esto implica reconocer y premiar los logros, incentivar la participación activa de los empleados en la identificación de oportunidades de mejora, y establecer mecanismos para implementar y dar seguimiento a las iniciativas de mejora.

- h) Realizar revisiones periódicas del plan de operaciones: Programar revisiones regulares del plan de operaciones para evaluar su efectividad y realizar ajustes según sea necesario. Estas revisiones deben ser oportunidades para identificar nuevas oportunidades de mejora y adaptar las operaciones a los cambios del entorno empresarial.
- i) Indicadores para el cumplimiento de estrategias: Establecer indicadores específicos para cada una de las estrategias mencionadas anteriormente. Estos indicadores medirán el progreso y el cumplimiento de las estrategias, permitiendo una evaluación objetiva de su efectividad. Los indicadores deben ser cuantificables, realistas y estar alineados con los objetivos estratégicos de la empresa.

4.1.2.11. Resultados esperados

Tras la implementación y seguimiento del plan de operaciones propuesto, se esperan obtener los siguientes resultados en términos de fortalezas y oportunidades:

- a) Mejora en la eficiencia operativa: Con la optimización de los procesos de la empresa, se espera reducir los tiempos de respuesta, minimizar errores y aumentar la productividad de las operaciones. Esto permitirá brindar un servicio más rápido y eficiente a los clientes, fortaleciendo la ventaja competitiva de la empresa en el mercado.
- b) Mayor satisfacción del cliente: Al enfocarse en mejorar la experiencia del cliente, se espera lograr altos niveles de satisfacción y fidelidad. Mediante la implementación de programas de retroalimentación del cliente y la mejora continua de los servicios de *System Technology*, se busca superar las expectativas de los clientes y establecer relaciones duraderas con ellos.
- c) Incremento en la capacidad de producción: Con el enfoque en la mejora de la capacidad de producción, se espera aumentar la capacidad de atención ante una mayor demanda de productos y servicios. Esto permitirá aprovechar las oportunidades de crecimiento en el mercado y ampliar la base de clientes.
- d) Mejor gestión de inventario: La implementación de un sistema de gestión de inventario eficiente permitirá mantener niveles óptimos de stock, reducir costos y evitar la obsolescencia de productos. Esto aportará en la optimización de las operaciones y garantizar una disponibilidad adecuada de productos para satisfacer la demanda del mercado.

De tal manera, se pretende que la implementación y seguimiento del plan de operaciones lleve a fortalecer las fortalezas actuales de la empresa *System Technology*, tales como: la experiencia técnica, diversificación de productos y conocimiento del mercado, mientras aprovechamos las oportunidades de crecimiento identificadas.

4.1.3. Plan de organización

El plan de organización es una herramienta estratégica clave para establecer la estructura y el funcionamiento eficiente de una empresa (Villanueva, 2020). En el caso de la empresa *System Technology*, es fundamental contar con un plan de organización bien diseñado que permita: aprovechar al máximo nuestros recursos, optimizar los procesos internos y asegurar un flujo de trabajo efectivo.

El propósito de este plan es establecer las bases estratégicas para una organización sólida, definir los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, promover la comunicación y coordinación efectivas, y garantizar que todas las actividades se lleven a cabo de manera eficiente y orientada hacia el logro de los objetivos empresariales.

4.1.3.1. Organigrama System Technology

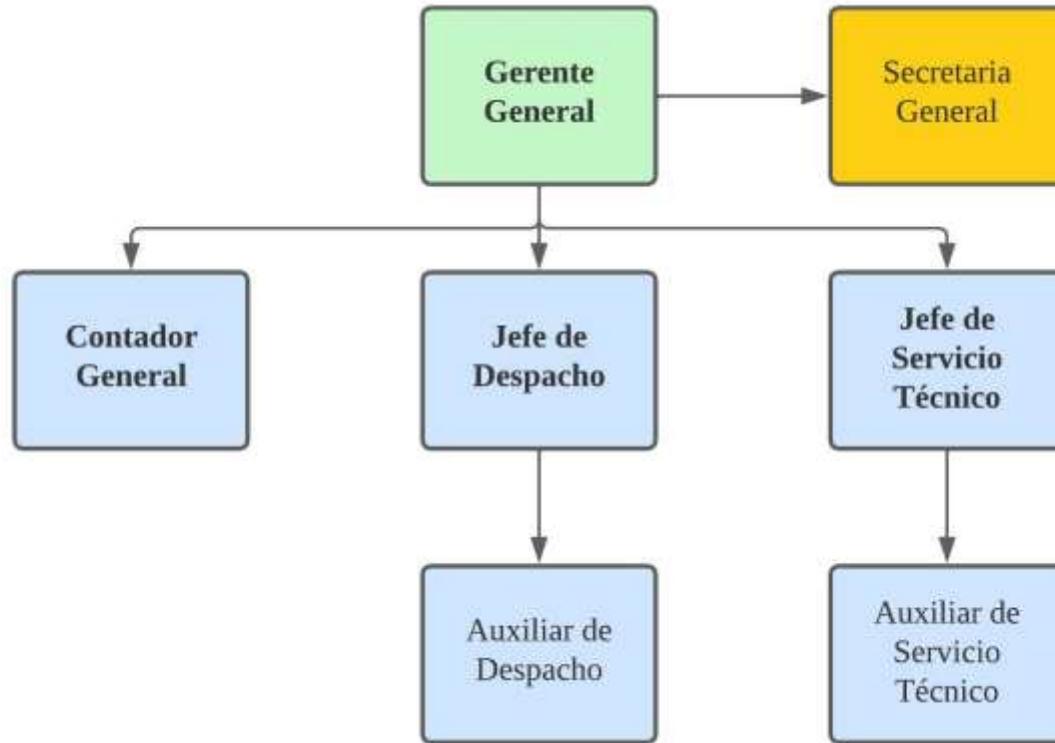


Figura 4. Organigrama estructural de System Technology

Elaborado por: El investigador.

4.1.3.2. Valores

- a) Excelencia: Buscamos la excelencia en todo lo que hacemos, desde la calidad de nuestros productos y servicios hasta la atención al cliente. Nos esforzamos por superar las expectativas y ofrecer resultados sobresalientes.
- b) Innovación: Fomentamos la creatividad y la innovación en todas las áreas de nuestro negocio. Buscamos constantemente nuevas soluciones y enfoques para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes y mantenernos a la vanguardia de la tecnología.
- c) Integridad: Nos regimos por los más altos estándares éticos y profesionales. Valoramos la honestidad, la transparencia y el respeto en todas nuestras interacciones tanto internas como externas. Cumplimos nuestras promesas y nos comprometemos a actuar de manera justa y responsable.
- d) Orientación al cliente: Ponemos las necesidades y satisfacción de nuestros clientes en el centro de nuestras decisiones y acciones. Nos esforzamos por comprender sus requerimientos, ofrecer soluciones personalizadas y brindar un servicio excepcional que supere sus expectativas.
- e) Trabajo en equipo: Valoramos el trabajo en equipo y la colaboración. Fomentamos un ambiente de respeto mutuo, confianza y apoyo, donde todos los miembros del equipo puedan contribuir de manera significativa y se sientan valorados.
- f) Responsabilidad social y ambiental: Nos comprometemos a ser una empresa social y ambientalmente responsable. Buscamos minimizar nuestro impacto en el medio ambiente, promover prácticas sostenibles y contribuir positivamente a las comunidades en las que operamos.
- g) Aprendizaje continuo: Valoramos el aprendizaje y el desarrollo profesional de nuestro equipo. Promovemos un entorno que fomenta el crecimiento personal y profesional, y alentamos a nuestros empleados a buscar oportunidades de mejora y adquisición de nuevos conocimientos.

4.1.3.3. Equipos de producción y transporte

En el caso de la empresa *System Technology*, se cuenta con un vehículo de transporte adecuado para las necesidades de la empresa. En este caso, se dispone de una camioneta de marca Chevrolet, modelo TORNADO VAN, con una capacidad de carga suficiente para realizar las entregas de productos a los clientes y abastecer los procesos internos de la empresa.

El vehículo es utilizado estratégicamente para la distribución de productos a los clientes en el área local, así como para el transporte de materia prima cuando sea necesario. Este vehículo es una opción eficiente y económica para cubrir las necesidades de transporte de la empresa en su etapa actual.

4.1.3.4. Aspectos legales

En calidad de empresa ecuatoriana, *System Technology* debe cumplir con los requisitos legales y obtener los permisos necesarios para operar de manera legal y en cumplimiento de la normativa vigente. A continuación, se detallan algunos de los permisos y aspectos legales relevantes que la empresa debe verificar:

- a) Registro Mercantil: Es fundamental que *System Technology* esté debidamente registrada en el Registro Mercantil correspondiente como una empresa legalmente constituida. Este registro acredita su existencia y le otorga personalidad jurídica.
- b) Licencia Municipal: La empresa debe obtener una licencia municipal o patente comercial que le permita operar en la jurisdicción correspondiente. Esta licencia puede variar dependiendo de la ubicación de la empresa y el tipo de actividad que realiza.
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC): *System Technology* debe obtener su RUC ante el Servicio de Rentas Internas (SRI). El RUC es un requisito fundamental para realizar transacciones comerciales, emitir facturas y cumplir con las obligaciones fiscales.
- d) Cumplimiento Tributario: La empresa debe cumplir con las obligaciones tributarias establecidas por el SRI, como la presentación de declaraciones de impuestos, el pago de impuestos sobre la renta y el IVA, entre otros.
- e) Normativas Laborales: *System Technology* debe cumplir con las leyes laborales y los reglamentos establecidos en el Código del Trabajo. Esto incluye aspectos como la contratación de empleados, la firma de contratos laborales, el pago de beneficios y la implementación de medidas de seguridad y salud ocupacional.
- f) Protección de Datos Personales: Si la empresa recopila, almacena o maneja información personal de sus clientes, debe cumplir con la Ley de Protección de Datos Personales. Esto implica establecer medidas de seguridad adecuadas para proteger la privacidad y confidencialidad de la información.

4.1.3.5. Estrategias de organización

A continuación, se recomiendan diversas estrategias a implementarse en el plan de organización de la empresa *System Technology*:

Estrategias de personal:

- a) Reclutamiento y selección efectiva: Establecer un proceso de reclutamiento y selección riguroso y efectivo para atraer y contratar a profesionales altamente capacitados y con habilidades adecuadas para cada puesto. Esto asegurará contar con un equipo de trabajo competente y comprometido.
- b) Desarrollo y capacitación continua: Implementar programas de desarrollo y capacitación para el personal, con el fin de mejorar sus habilidades y conocimientos. Esto no solo fortalecerá las competencias de los empleados, sino que también fomentará su crecimiento profesional y aumentará su satisfacción laboral.
- c) Plan de sucesión: Establecer un plan de sucesión para identificar y preparar a posibles sucesores en puestos clave dentro de la organización. Esto garantizará una transición fluida y efectiva en caso de vacantes o cambios en la estructura organizativa.
- d) Evaluación del desempeño: Implementar un sistema de evaluación del desempeño objetivo y transparente para medir y reconocer el rendimiento de los empleados. Esto permitirá identificar fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de crecimiento individual.
- e) Comunicación efectiva: Fomentar una comunicación abierta y transparente en todos los niveles de la organización. Esto promoverá un ambiente de trabajo colaborativo, facilitará la alineación de objetivos y promoverá la participación activa de los empleados en la toma de decisiones.
- f) Programas de bienestar y motivación: Implementar programas de bienestar y motivación que promuevan el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, así como el reconocimiento y recompensa del desempeño sobresaliente. Esto contribuirá a mantener un ambiente laboral positivo y motivador.
- g) Gestión del talento: Establecer programas y políticas para identificar, desarrollar y retener el talento dentro de la organización. Esto permitirá aprovechar al máximo el potencial de los empleados y asegurar un crecimiento sostenible a largo plazo.

Estrategias de capacitación y desarrollo:

- a) Programas de inducción: Diseñar programas de inducción para los nuevos empleados, brindándoles una introducción completa sobre la empresa, sus valores, cultura organizacional y procesos clave. Esto ayudará a que los empleados se integren rápidamente y comprendan su rol en la organización.
- b) Capacitación técnica: Proporcionar capacitación técnica continua para el personal, asegurándose de que estén actualizados con los avances tecnológicos y las últimas tendencias de la industria. Esto fortalecerá sus habilidades y conocimientos específicos en sus áreas de trabajo.
- c) Desarrollo de habilidades blandas: Ofrecer programas de desarrollo de habilidades blandas, como liderazgo, comunicación efectiva, trabajo en equipo y resolución de problemas. Estas habilidades son esenciales para el crecimiento profesional y la eficacia en el entorno laboral.
- d) Mentoring y coaching: Establecer programas de mentoring y coaching para fomentar la transferencia de conocimientos y experiencias entre empleados de diferentes niveles jerárquicos. Esto promoverá el desarrollo personal y profesional de los empleados, así como el intercambio de ideas y perspectivas.
- e) Capacitación en servicio al cliente: Brindar capacitación especializada en servicio al cliente para aquellos empleados que interactúan directamente con los clientes. Esto garantizará un alto nivel de satisfacción del cliente y fortalecerá la reputación de la empresa.
- f) Programas de desarrollo de liderazgo: Identificar a empleados con potencial de liderazgo y proporcionarles oportunidades de desarrollo específicas, como cursos, talleres y asignaciones especiales. Esto preparará a futuros líderes de la organización y promoverá la continuidad en la gestión.
- g) Aprendizaje en el trabajo: Fomentar un ambiente de aprendizaje continuo en el trabajo, donde los empleados tengan la oportunidad de adquirir nuevas habilidades y conocimientos a través de proyectos desafiantes, rotación de tareas y asignación de responsabilidades adicionales.

Estrategias de evaluación de desempeño:

- a) Establecer objetivos claros: Definir metas y objetivos claros para cada empleado, alineados con los objetivos generales de la empresa. Estos objetivos deben ser medibles y alcanzables, y se deben revisar y ajustar periódicamente.

- b) Evaluaciones periódicas: Realizar evaluaciones periódicas del desempeño de los empleados, utilizando métodos como evaluaciones de 360 grados, retroalimentación continua y revisiones formales. Estas evaluaciones deben ser objetivas, basadas en criterios predefinidos y brindar oportunidades para la retroalimentación constructiva.
- c) Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs): Definir KPIs relevantes para cada puesto de trabajo, que permitan medir y evaluar el desempeño de manera cuantitativa. Estos KPIs deben estar alineados con los objetivos estratégicos de la empresa y deben ser comunicados claramente a los empleados.
- d) Reconocimiento y recompensas: Implementar programas de reconocimiento y recompensas para destacar y premiar el desempeño sobresaliente de los empleados. Esto puede incluir bonificaciones, incentivos monetarios, reconocimientos públicos u oportunidades de desarrollo adicionales.
- e) Planes de desarrollo individual: Crear planes de desarrollo individual para cada empleado, identificando áreas de mejora y estableciendo acciones específicas para su desarrollo profesional. Estos planes deben ser revisados y actualizados regularmente, brindando oportunidades para el crecimiento y la adquisición de nuevas habilidades.
- f) Feedback y coaching: Fomentar una cultura de retroalimentación continua y coaching, donde los empleados reciban comentarios constructivos sobre su desempeño y tengan oportunidades de mejorar. Esto puede incluir sesiones regulares de coaching, mentoría o revisiones periódicas.
- g) Programas de desarrollo y capacitación: Ofrecer programas de desarrollo y capacitación para mejorar las habilidades y competencias de los empleados en áreas específicas. Esto puede incluir talleres, cursos, seminarios o programas de formación interna.

Estrategias de cambio organizacional:

- a) Comunicación clara y constante: Establecer una comunicación abierta y transparente sobre el cambio planificado, proporcionando información clara sobre los objetivos, beneficios y el proceso de cambio. Es importante involucrar a todos los miembros de la organización y brindarles la oportunidad de expresar sus ideas, preocupaciones y sugerencias.
- b) Liderazgo efectivo: Contar con líderes comprometidos y capaces de guiar y motivar a los empleados durante el proceso de cambio. Los líderes deben establecer

una visión compartida, brindar apoyo y ser modelos a seguir en la adaptación y adopción de los cambios propuestos.

- c) **Capacitación y desarrollo:** Proporcionar programas de capacitación y desarrollo para que los empleados adquieran las habilidades necesarias para adaptarse al cambio. Esto puede incluir cursos, talleres o sesiones de entrenamiento enfocadas en las nuevas competencias requeridas.
- d) **Participación activa de los empleados:** Involucrar a los empleados en el proceso de cambio, brindándoles la oportunidad de participar en la toma de decisiones y contribuir con ideas innovadoras. Esto promoverá un sentido de propiedad y compromiso con el cambio, y facilitará la adopción de nuevas prácticas y comportamientos.
- e) **Gestión del cambio gradual:** Implementar el cambio de manera gradual y secuencial, evitando cambios demasiado drásticos que puedan generar resistencia. Esto permite a los empleados adaptarse progresivamente a las nuevas formas de trabajo y minimiza los impactos negativos en la productividad y el bienestar.
- f) **Gestión de la resistencia:** Identificar y abordar las posibles resistencias al cambio, tanto a nivel individual como grupal. Esto implica escuchar las preocupaciones de los empleados, brindar apoyo emocional, explicar los beneficios del cambio y buscar soluciones colaborativas.
- g) **Evaluación y ajuste continuo:** Establecer mecanismos de evaluación y retroalimentación para monitorear el progreso del cambio y realizar ajustes según sea necesario. Esto ayuda a mantener la flexibilidad y adaptabilidad durante el proceso de cambio y garantiza que los objetivos se logren de manera efectiva.

Estrategias de control administrativo personal:

- a) **Establecer metas y objetivos claros:** Definir metas y objetivos específicos para cada empleado, alineados con los objetivos generales de la empresa. Estas metas deben ser medibles y alcanzables, y deben estar acompañadas de un seguimiento regular para evaluar el progreso y los resultados.
- b) **Establecer sistemas de seguimiento y reporte:** Implementar sistemas de seguimiento y reporte que permitan monitorear el desempeño de los empleados. Estos sistemas pueden incluir informes periódicos, revisiones de desempeño, reuniones uno a uno, o el uso de herramientas tecnológicas que faciliten el seguimiento de las tareas y los resultados.

- c) Proporcionar retroalimentación constructiva: Brindar retroalimentación regular a los empleados sobre su desempeño, reconociendo los logros y proporcionando orientación para mejorar. La retroalimentación debe ser específica, oportuna y constructiva, con el objetivo de motivar y promover el crecimiento profesional.
- d) Establecer sistemas de recompensas y reconocimiento: Implementar sistemas de recompensas y reconocimiento que incentiven y reconozcan el buen desempeño de los empleados. Estas recompensas pueden ser tangibles, como bonificaciones o promociones, o intangibles, como reconocimiento público u oportunidades de desarrollo.
- e) Promover la capacitación y el desarrollo profesional: Invertir en la capacitación y el desarrollo profesional de los empleados para mejorar sus habilidades y conocimientos. Esto puede incluir la participación en cursos, talleres, conferencias, o la asignación de mentores para fomentar el aprendizaje continuo.

- f) Establecer estándares de calidad y eficiencia: Definir estándares claros de calidad y eficiencia en el trabajo, y comunicarlos de manera efectiva a los empleados. Estos estándares deben ser alcanzables pero desafiantes, y deben estar respaldados por políticas y procedimientos claros que guíen las actividades laborales.
- g) Monitorear el cumplimiento normativo: Asegurarse de que los empleados cumplan con las normativas legales, éticas y de seguridad aplicables a su trabajo. Esto implica establecer políticas y procedimientos que promuevan un ambiente laboral seguro y ético, y realizar auditorías regulares para verificar el cumplimiento.

Estrategias de presentación del personal:

- a) Uniformes y apariencia profesional: Establecer un código de vestimenta apropiado para el personal, que refleje la imagen y los valores de la empresa. Proporcionar uniformes o indumentaria específica que ayude a proyectar una imagen profesional y coherente.
- b) Etiqueta y comportamiento: Capacitar al personal en etiqueta y comportamiento adecuados en el entorno laboral. Promover la cortesía, el respeto y la profesionalidad en las interacciones con los clientes y otros miembros del equipo.
- c) Comunicación efectiva: Fomentar habilidades de comunicación efectivas entre el personal. Capacitar en técnicas de comunicación verbal y no verbal, escucha activa y resolución de conflictos para asegurar una comunicación clara y respetuosa.

- d) Desarrollo de habilidades de presentación: Ofrecer oportunidades de desarrollo de habilidades de presentación para el personal que interactúa con los clientes o realiza presentaciones públicas. Esto incluye técnicas de habla, manejo de presentaciones visuales y habilidades de persuasión.
- e) Capacitación en servicio al cliente: Brindar capacitación en servicio al cliente para el personal que tiene contacto directo con los clientes. Esto incluye desarrollar habilidades de empatía, manejo de quejas y resolución de problemas para ofrecer un servicio de calidad.
- f) Actualización de conocimientos: Promover la actualización constante de conocimientos y habilidades del personal para garantizar un desempeño óptimo. Proporcionar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional que estén alineadas con las necesidades del negocio y las tendencias del mercado.
- g) Creación de perfiles profesionales: Establecer perfiles profesionales claros y actualizados para cada puesto de trabajo, que describan las habilidades, conocimientos y experiencias requeridos. Esto ayudará a seleccionar y asignar al personal adecuado a cada función específica.

Cabe destacar que las estrategias antes planteadas pueden adaptarse y personalizarse según las necesidades y características específicas de *System Technology*. Es importante recordar que el éxito de estas estrategias dependerá de una implementación adecuada, monitoreo constante y ajustes según sea necesario.

4.1.3.6. Resultados esperados

Tras la implementación y seguimiento de las estrategias del plan de operaciones, se esperan obtener los siguientes resultados en términos de fortalezas y oportunidades:

Fortalezas:

- a) Mejora en la imagen corporativa y profesionalismo: La estrategia de presentación del personal contribuirá a proyectar una imagen cohesionada y profesional ante los clientes, generando confianza y fortaleciendo la reputación de la empresa.
- b) Mayor eficiencia y productividad: El control administrativo del personal permitirá una mejor gestión de los recursos humanos, optimizando la asignación de tareas y responsabilidades, lo que se traducirá en un aumento de la eficiencia y la productividad en el trabajo.

- c) Adaptación al cambio y mejora continua: La implementación de estrategias de cambio organizacional impulsará la capacidad de adaptación de la empresa frente a los desafíos del entorno, fomentando una cultura de mejora continua y agilidad en la toma de decisiones.
- d) Identificación y retención del talento: El proceso de evaluación y desempeño permitirá identificar el talento dentro de la organización, reconocer y recompensar el buen desempeño, así como brindar oportunidades de desarrollo y crecimiento, lo que contribuirá a retener a los empleados más valiosos.

Oportunidades:

- a) Mejora en la calidad del servicio al cliente: La capacitación y desarrollo del personal brindará las habilidades y conocimientos necesarios para brindar un servicio al cliente excepcional, mejorar la comunicación y la resolución de problemas, lo que se traducirá en una mayor satisfacción y fidelidad de los clientes.
- b) Innovación y adaptación al cambio: La implementación de estrategias de cambio organizacional promoverá una cultura de innovación y apertura al cambio, lo que permitirá a la empresa identificar nuevas oportunidades de mercado y adaptarse rápidamente a las demandas y tendencias emergentes.
- c) Aumento de la eficiencia operativa: Las estrategias de control administrativo del personal impulsarán la eficiencia operativa al establecer procesos claros, reducir los tiempos de respuesta, minimizar los errores y optimizar los recursos disponibles.
- d) Desarrollo de habilidades y competencias: La capacitación y desarrollo del personal permitirá desarrollar nuevas habilidades y competencias en los empleados, fortaleciendo su capacidad de realizar tareas especializadas y adaptarse a las nuevas tecnologías y prácticas de trabajo.

4.1.4. Evaluación Usuario - Experto

Tras la implementación de la encuesta presentada en el ANEXO E del presente documento se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Evaluación Experto:

La experta evaluadora, tras revisar detalladamente el plan estratégico presentado, ha compartido sus comentarios y conclusiones. En primer lugar, destacó la importancia de contar con un plan estratégico bien definido para orientar

el rumbo de la empresa. Destacó la exhaustiva investigación y análisis realizado para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo cual demuestra un enfoque sólido y fundamentado en el diagnóstico de la situación actual de la empresa.

En cuanto a la definición de estrategias generales alineadas con la visión, misión y objetivos, la experta resaltó su claridad y coherencia, lo cual es fundamental para encaminar los esfuerzos de la organización hacia un propósito común. Asimismo, la estrategia propuesta para cada área funcional fue considerada acertada y enfocada en aprovechar las oportunidades identificadas.

En relación con la factibilidad de implementación, la experta destacó la consideración de recursos y capacidades necesarios, así como la propuesta de formatos facilitadores de este proceso. Además, mencionó la importancia de monitorear y evaluar periódicamente los avances, lo cual fue abordado en el plan de control y seguimiento.

En conclusión, la experta destacó la calidad y solidez del plan estratégico presentado, resaltando su alineación con los objetivos y necesidades de la empresa. Recomendó su implementación y destacó que su correcta ejecución puede conducir a mejoras significativas en el desempeño de la organización y a la consecución de los resultados esperados.

Evaluación Usuario:

El usuario evaluador, tras revisar detalladamente el plan estratégico presentado, ha compartido sus comentarios y conclusiones. En primer lugar, destacó la claridad y coherencia del plan estratégico, lo cual facilita la comprensión de la visión y misión de la empresa. Además, resaltó la importancia de tener un enfoque centrado en el cliente y de considerar sus necesidades y expectativas en el desarrollo de las estrategias.

En cuanto a las estrategias propuestas, el usuario evaluador consideró que están alineadas con sus expectativas y necesidades como cliente. Destacó la importancia de mejorar la calidad del servicio al cliente y la atención postventa, lo cual fue abordado en el plan estratégico. Además, valoró la propuesta de ampliar la gama de

productos y servicios ofrecidos, lo cual aumentaría la satisfacción del cliente al tener más opciones disponibles. En relación con la factibilidad de implementación, el usuario evaluador mencionó la importancia de contar con un seguimiento y evaluación periódica de las estrategias para asegurar su efectividad a largo plazo.

En conclusión, el usuario evaluador destacó la calidad del plan estratégico presentado, resaltando su enfoque en las necesidades del cliente y su potencial para mejorar la experiencia de este. Recomendó su implementación y destacó que, de llevarse a cabo de manera efectiva, puede generar beneficios significativos para los usuarios, tales como una mayor satisfacción, variedad de productos y servicios, y un servicio de calidad.

CONCLUSIONES

- Tras llevar a cabo un riguroso diagnóstico de la situación actual de System Technology, se han identificado de manera precisa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que inciden en su desempeño y posición en el mercado. Este análisis exhaustivo ha proporcionado una visión completa de la empresa y ha iluminado las áreas que requieren una atención focalizada para la mejora. La empresa ahora posee un valioso conjunto de datos que le permitirá tomar decisiones estratégicas fundamentadas, proporcionando una brújula para su crecimiento y competitividad en el mercado.
- La creación y desarrollo del plan estratégico ha sido una etapa esencial en la definición de la visión, misión y objetivos de la empresa. Al trazar una ruta clara y formulando acciones concretas, la empresa ha establecido un marco estratégico sólido que dirigirá sus elecciones y esfuerzos en el futuro. Este plan estratégico constituye una base robusta para el crecimiento sostenible, la identificación de oportunidades y la superación de desafíos, allanando el camino para que la empresa se posicione de manera competitiva en el mercado.
- Las estrategias propuestas en cada área funcional de System Technology están diseñadas con el propósito de generar ventajas competitivas y potenciar el desempeño global de la organización. Estas estrategias abarcan aspectos críticos como la gestión de recursos humanos, el control administrativo, el cambio organizacional y la capacitación y desarrollo del personal. Al llevar a cabo estas estrategias, la empresa estará en condiciones de mejorar la eficiencia operativa, consolidar su cultura organizacional y potenciar el talento de su equipo de trabajo. Este esfuerzo conjunto se traducirá en una mayor productividad, mayor satisfacción del cliente y una mayor capacidad de adaptación a los cambios dinámicos del entorno empresarial.

RECOMENDACIONES

Al culminar con el presente informe de investigación se recomienda lo siguiente:

- Plantear planes de acción para el cumplimiento de las estrategias propuestas. Es importante desarrollar planes de acción detallados que describan las actividades específicas, los responsables, los plazos y los recursos necesarios para implementar las estrategias propuestas en este trabajo. Estos planes de acción deben ser realistas, medibles y orientados al logro de los objetivos estratégicos establecidos.
- Realizar auditorías continuas y reuniones de grupo para verificar el cumplimiento y la eficacia de los planes de acción. La implementación de estrategias requiere un seguimiento constante y una evaluación periódica de los resultados obtenidos. Se recomienda realizar auditorías continuas para evaluar el progreso y la eficacia de los planes de acción, así como reuniones de grupo para compartir los avances, identificar posibles desafíos y realizar ajustes cuando sea necesario.
- Para futuras investigaciones, se sugiere realizar un análisis más detallado del mercado objetivo, incluyendo segmentación y perfilamiento de los clientes. Asimismo, sería beneficioso realizar un análisis de la competencia más exhaustivo, evaluando sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que representan. Esto brindará una visión más completa del entorno competitivo y ayudará a la empresa a desarrollar estrategias más efectivas para diferenciarse y destacar en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Barragán, C., Jose, N., & González, G. (2020). *Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica*. 15(1), 222-229.

Buzón, J. (2017). *Operaciones y procesos de producción* (1.^a ed., Vol. 1).

EDITORIAL ELEARNING S.L.

Ciro-Gallo, E. O. (2021). Evaluación de metodologías de planeación estratégica en pymes del sector confección: Estudio de caso. *Revista CEA*, 7(13).

<https://doi.org/10.22430/24223182.1634>

Da Silva, F., De Furquim, J., & Nuñez, G. (2020). *La libre competencia en la economía digital: Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en América Latina y el impacto del COVID-19* (1.^a ed., Vol. 1). CEPAL.

Eljaude, Y., & Jiménez, J. (2017). *Diseño de un plan estratégico para la corporación INCATE* [Tesis]. Universidad del Norte.

Falcón, A. L. (2021). *ACERCA DE LOS MÉTODOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS DE INVESTIGACIÓN: SIGNIFICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA*. 13(3), 22-31.

Flores, J. (2021). *Aproximación Hermenéutica desde la perspectiva de Martin Heidegger para el cumplimiento regulatorio de empresas de tecnología financiera: Fintech*. Instituto Politécnico Nacional.

Frometa, S. R., Alfonso, D. V., & López, S. T. (2019). *La cadena de valor para los diagnósticos en tecnologías de la información*. 12(10), 16-23.

García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* (1.^a ed., Vol. 1). Ediciones de la U.

Genovese, C., & Schmidt, M. (2019). *El planeamiento estratégico: Desafío de su implementación para las PYMES*. 3(2), 163-174.

Giraldo, L. M., Naranjo, E. G., & Castro, J. D. B. (2022). *Analysis of Pestel and their impact on strategic planning: An approach in times of COVID-19*. 1(1), 137-148.

Jama-Zambrano, V. R. (2019). Importancia de la planeación estratégica en empresas en el siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN : 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 4(10), 35-57.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i10.37>

Jaramillo, S. A. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 3(1), 64-73.
<https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>

Luna-Altamirano, K. A., García-Ortiz, M. E., Suquilanda-Romero, K. G., & Andrade-Guzmán, D. E. (2020). *Plan estratégico de sustentabilidad de las pymes industriales en momentos de emergencia Strategic sustainability plan for industrial SMEs in times of emergency*. 5(05), 1-24.

Martínez, L. F. A., García, M. V. P., & Martell, A. C. (2021). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL FODA Y EL PLAN ESTRATÉGICO PARA LOS CAPRINOCULTORES SOCIALES DE LA COMARCA LAGUNERA*. 48(1), 726-740.

- Moreira-Cañarte, M. K., & Peñafiel-Rivas, J. L. (2019). *Inventory control and its impact on management decisions in Jipijapa's micro-businesses*. 4(1), 134-154.
- Nevarez, W. (2020). *Formulación del Plan Estratégico de la Información para la empresa Construablec de Quito, 2020.2021*. Escuela de Postgrado Neuman.
- Nieto, C., & Ramos, N. (2018). *Diseño de un plan estratégico para la empresa OXIMED LTDA de la ciudad de Santa Marta* [Tesis]. Universidad del Magdalena.
- Ore, H. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4), 31-44. <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i4.147>
- Ortega, F. (2018). *Análisis FODA de un Restaurante: Guía paso a paso con Ejemplos*. Ingenieriademenu.com. <https://ingenieriademenu.com/foda-de-un-restaurante/>
- Palacios Rodríguez, M. Á. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), e2756. <https://doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>
- Peñafiel, J., Pibaque, M., & Pin, J. (2019). *The importance of strategic planning for small and medium enterprises (SMEs)*. 4(1), 107-133.
- Puentes Figueroa, C. E., & Maestre-Góngora, G. P. (2019). Plan estratégico basado en ITIL para mipymes en el departamento de Arauca-Colombia. *Lámpsakos*, 22, 68-84. <https://doi.org/10.21501/21454086.3280>

- Pulla, P. D. O. (2023). *SKILLS DEVELOPMENT FOR THE DIGITAL TRANSFORMATION OF*. 19(1), 291-301.
- Rodríguez, R. C. (2021). *STRATEGIC ALIGNMENT AND ITS IMPACT ON MANAGEMENT CONTROL IN ORGANIZATIONS*. 13(1), 424-432.
- Urdaneta, A., Borgucci, E., González, A., & Luciano, L. (2021). *Función empresarial y concentración de pequeñas y medianas empresas en la Provincia de El Oro – Ecuador*. 1(95), 776-801.
- Valverde, D. (2023). *Propuesta de análisis y planeamiento estratégico para el fortalecimiento de las capacidades organizacionales de la Asociación Cultural Pacha Peru* [Tesis]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Villamizar, J., Jiménez, J., López, A., & Sotelo, F. (2023). *Inteligencia artificial como herramienta empresarial para realizar planteamientos estratégicos mediante el uso de las cinco fuerzas de porter* [Tesis]. Universidad EAN.
- Villanueva, L. K. B. (2020). *PLAN DE ORGANIZACIÓN PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA*. 12(4), 120-125.
- Vinueza, J., Oviedo, J., Maldonado, D., & Ramírez, A. (2021). *Strategic Plan Adopted by Ecuadorian Companies in Times of Pandemic*. 6(1), 696-710.

Anexo A

ENCUESTAS DE DIAGNÓSTICO POR ÁREAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ÁREA DE GERENCIA

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción de los directivos de la empresa *System Technology* en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿La empresa "*System Technology*" ha difundido ampliamente su misión y visión entre su personal? (Sí/No)
2. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con un organigrama establecido y el personal tiene conocimiento de su estructura? (Sí/No)
3. ¿Cuántas áreas funcionales conforman la organización de "*System Technology*"? (Especificar el número)
4. ¿Cuáles son las funciones y procedimientos que se llevan a cabo en el área administrativa de "*System Technology*"? (Describir en detalle)

5. ¿Cuáles son las funciones y procedimientos que se llevan a cabo en el área de despacho de "*System Technology*"? (Proporcionar una descripción precisa)

6. ¿Cuáles son las funciones y procedimientos que se llevan a cabo en el área de contabilidad de "*System Technology*"? (Detallar las responsabilidades y procesos)

7. ¿Cuáles son las funciones y procedimientos que se llevan a cabo en el área de despacho de "*System Technology*"? (Describir las actividades específicas)

8. ¿Existe duplicidad de funciones dentro de "*System Technology*"? (Sí/No)

9. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con un manual de organización de funciones? (Sí/No)

10. ¿Se busca la especialización del personal en "*System Technology*"? (Sí/No)

11. ¿Se han implementado programas de desarrollo organizacional y Calidad Total en "*System Technology*"? (Sí/No)

12. ¿Qué tecnologías utiliza la empresa "*System Technology*"? (Proporcionar una descripción detallada)

13. ¿Cómo impacta la tecnología en el proceso comercial de la empresa "*System Technology*"? (Explorar las implicaciones y efectos)

14. ¿Considera que la empresa "*System Technology*" se encuentra amenazada por su entorno? (Sí/No)

15. ¿Cuáles son las fuentes de información que utiliza la empresa "*System Technology*" para analizar su entorno? (Especificar las fuentes utilizadas)
16. ¿La estructura organizacional de la empresa "*System Technology*" es clara y comprensible? (Sí/No)
17. ¿Se ha establecido una metodología para realizar la planeación en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
18. ¿Se han realizado diagnósticos estratégicos en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
19. ¿La empresa "*System Technology*" analiza y anticipa las necesidades principales de los clientes, proveedores y empleados? (Clientes: Sí/No, Proveedores: Sí/No, Empleados: Sí/No)
20. ¿Existe claridad en cuanto a las fortalezas y debilidades de la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
21. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con un área de personal o de recursos humanos? (Sí/No)
22. ¿Se utiliza un proceso de selección del personal en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
23. ¿La organización ofrece sistemas de incentivos y sanciones en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
24. ¿Existe una clara definición de funciones en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
25. ¿La empresa "*System Technology*" ha mantenido una situación financiera sólida en el sector? (Sí/No)
26. ¿La empresa "*System Technology*" puede cumplir con sus obligaciones de corto plazo? (Sí/No)
27. ¿La toma de decisiones en la empresa "*System Technology*" es ágil y oportuna? (Sí/No)
28. ¿La fuerza de trabajo en la empresa "*System Technology*" está adecuadamente motivada? (Sí/No)
29. ¿Ha experimentado un crecimiento constante la participación de "*System Technology*" en el mercado? (Sí/No)
30. ¿La fuerza de ventas en "*System Technology*" es suficiente para alcanzar los objetivos de la empresa? (Sí/No)
31. ¿El canal de distribución utilizado por "*System Technology*" es adecuado? (Sí/No)
32. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con una base de datos de sus empleados? (Sí/No)

33. ¿La empresa "*System Technology*" conoce el nivel de satisfacción de sus clientes? (Sí/No)
34. ¿La empresa "*System Technology*" tiene conocimiento sobre la competencia, su capacidad, objetivos y estrategias? (Sí/No)
35. ¿"*System Technology*" conoce las debilidades y fortalezas de sus competidores? (Sí/No)
36. ¿Cuáles son los productos que comercializa la empresa "*System Technology*"? (Describir los productos)
37. ¿Quiénes son los proveedores de la empresa "*System Technology*"? (Especificar los proveedores)
38. ¿Los productos que comercializa "*System Technology*" son ampliamente aceptados por los consumidores? (Sí/No)
39. ¿Cuáles son las políticas de ventas utilizadas por la empresa "*System Technology*"? (Describir las políticas)
40. ¿Quiénes son responsables de llevar a cabo las funciones de cobranzas en la empresa "*System Technology*"? (Describir los encargados)

41. ¿Cómo se realiza el proceso de cobro, pago y registro de las operaciones de cartera en "*System Technology*"? (Detallar el procedimiento)

42. ¿Cuál es el recorrido de los fondos recibidos por los pagos de los clientes en "*System Technology*"? (Explorar la ruta de los fondos)

43. ¿La empresa "*System Technology*" cobra intereses sobre los saldos vencidos? (Sí/No)

44. ¿La empresa obtiene suficiente información de los clientes a quienes se les otorga crédito en "*System Technology*"? (Sí/No)

45. ¿Qué procedimiento utiliza la operación de cobranzas en "*System Technology*"? (Describir el proceso)

46. ¿Qué plazo otorga la empresa "*System Technology*" para las ventas a crédito? (Especificar el plazo)

47. ¿Existen políticas de descuento en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ÁREA DE CONTABILIDAD

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción de los responsables del área contable de la empresa *System Technology* en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Es responsabilidad del personal interno de la empresa "*System Technology*" o de un despacho externo llevar a cabo la función contable? (Sí/No)
2. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con un catálogo o plan de cuentas establecido? (Sí/No)
3. ¿Los libros de contabilidad en "*System Technology*" se encuentran al día y debidamente diligenciados? (Sí/No)
4. ¿Existe un control sobre los libros de registro y las formas de uso en "*System Technology*"? (Sí/No)
5. De la siguiente información financiera, ¿cuál produce la empresa "*System Technology*" y con qué periodicidad? (Especificar la información financiera y su frecuencia de producción)
 - Balance general
 - Estado de resultados
 - Flujo de caja
 - Otros
6. ¿Existe un manual de contabilidad general en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)

7. ¿Hay retrasos en la recepción de informes del sistema de contabilidad general en "*System Technology*"? (Sí/No)

8. ¿Se han establecido fechas específicas para la entrega de informes en "*System Technology*"? (Sí/No)

9. ¿Las operaciones contables en "*System Technology*" se realizan a través de un sistema informático? (Sí/No)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ÁREA DE DESPACHO Y SERVICIO TÉCNICO

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción de los responsables del área de despacho y servicio técnico de la empresa *System Technology* en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Quién o quiénes son responsables de realizar las funciones de recepción y despacho de productos en la empresa "*System Technology*"? (Describir los encargados)
2. ¿Se realizan despachos únicamente con órdenes aprobadas en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
3. ¿Cómo se informa a contabilidad sobre las entregas de mercancía realizadas en "*System Technology*"? (Describir el proceso de comunicación)
4. ¿Existe algún sistema de inventario que registre las cantidades de mercancías en la bodega en "*System Technology*"? (Sí/No)
5. ¿En contabilidad se lleva un Kardex que registre las cantidades y costos para controlar el manejo de cuentas en "*System Technology*"? (Sí/No)

6. ¿Se realizan inventarios físicos en el almacén de "*System Technology*"? (Sí/No)
7. ¿Hay una persona encargada de revisar y aprobar los pedidos de los clientes en "*System Technology*"? (Sí/No)
8. ¿Se establecen cuotas de ventas para el personal de ventas en "*System Technology*"? (Sí/No)
9. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con una lista de precios, instructivos y catálogos o portafolio de servicios? (Sí/No)

Anexo B

ENCUESTAS DE DIAGNÓSTICO POR FACTORES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIAGNÓSTICO DIRECCIÓN

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la situación actual y el desempeño que ha realizado la dirección de la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿La dirección de la empresa "*System Technology*" define los objetivos y políticas de la organización? (Sí/No)
2. ¿La dirección de "*System Technology*" realiza funciones de previsión y planeación para la empresa? (Sí/No)
3. ¿Qué información básica tiene a su disposición la dirección de "*System Technology*" para ejercer sus funciones? (Describir la información relevante)
4. ¿Se han implementado programas de calidad total en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
5. ¿Se aplican en "*System Technology*" procesos de mejora continua? (Sí/No)
6. ¿Los líderes motivan a los subordinados en "*System Technology*" para colaborar eficientemente en la consecución de los objetivos? (Sí/No)
7. ¿Se resuelven de manera inmediata los conflictos en "*System Technology*" procurando evitar el descontento entre las partes involucradas? (Sí/No)

8. ¿La dirección de "*System Technology*" es el centro de comunicación de la empresa? (Sí/No)

9. ¿Existe un sistema de quejas y sugerencias en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIAGNÓSTICO ORGANIZACIÓN

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la situación actual de la organización de la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿La empresa "*System Technology*" cuenta con una organización formalmente establecida? (Sí/No)
2. ¿Contribuye la organización de "*System Technology*" a la consecución de los objetivos? (Sí/No)
3. ¿Se busca la especialización de los empleados en "*System Technology*"? (Sí/No)
4. ¿Existe un equilibrio entre la responsabilidad y la autoridad en "*System Technology*"? (Sí/No)
5. ¿Existen normas de funcionamiento interno en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
6. ¿Hay un marco legal que justifique las funciones de la dirección en "*System Technology*"? (Sí/No)
7. ¿Se han producido cambios importantes en la estructura organizativa de la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIAGNÓSTICO PERSONAL

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la situación actual del personal de la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Existe un programa establecido para el reclutamiento y selección de personal en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
2. Una vez seleccionado el aspirante, ¿se le solicita que complete una solicitud de empleo que incluya sus datos personales, escolaridad, especialización, experiencia y referencias laborales en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
3. ¿Se verifican los datos de la solicitud y las referencias de empleos anteriores en "*System Technology*"? (Sí/No)
4. ¿Se requiere un examen médico para el personal en la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
5. ¿La empresa "*System Technology*" tiene políticas de contratación establecidas? (Sí/No)
6. ¿Se brinda capacitación a los empleados u operarios en "*System Technology*"? (Sí/No)
7. ¿Asisten los directivos a cursos fuera de la empresa en "*System Technology*"? (Sí/No)
8. ¿Se imparten cursos a los empleados dentro de la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)
9. ¿Se presenta al personal de nuevo ingreso a sus compañeros de trabajo y se les muestra las instalaciones de la empresa "*System Technology*"? (Sí/No)

10. ¿Se proporciona al personal de nuevo ingreso los elementos necesarios para que tengan un conocimiento suficiente de la empresa y un buen desempeño en su puesto, como manuales de bienvenida, manuales de organización y funciones, instrucciones específicas y reglamento de la empresa en "*System Technology*"? (Sí/No)
11. ¿Existe un período de capacitación para que el personal se adapte al trabajo y a la empresa en "*System Technology*"? (Sí/No)
12. ¿Los directivos actualizan los sueldos, tiempo extra, viáticos y honorarios en "*System Technology*"? (Sí/No)
13. ¿Se comunican ampliamente las funciones y actividades de cada puesto a cada empleado en "*System Technology*"? (Sí/No)
14. ¿El archivo individual de cada trabajador en "*System Technology*" contiene información como fecha de entrada, cambios y aumentos, bases de sueldo, pagos parciales de prestaciones y autorizaciones, contrato de trabajo, examen médico de ingreso, evidencia de renuncia? (Sí/No)
15. ¿Todo el personal en "*System Technology*" cuenta con prestaciones sociales? (Sí/No)
16. ¿Se revisa la nómina y la liquidación de prestaciones sociales por parte de personal ajeno a la preparación, autorización y pagos en "*System Technology*"? (Sí/No)
17. ¿El personal es adecuado y suficiente para satisfacer las necesidades funcionales de la organización y los subprogramas y proyectos en "*System Technology*"? (Sí/No)
18. ¿El perfil del personal se ajusta adecuadamente a las actividades de cada área de la organización en "*System Technology*"? (Sí/No)
19. ¿Se requiere realizar cambios en el personal en "*System Technology*"? (Sí/No)
20. ¿Las relaciones con el personal en "*System Technology*" son buenas? (Sí/No)
21. ¿Cuántas personas forman parte de la empresa "*System Technology*" en total? _____
22. ¿Cuántos empleados hay en la empresa "*System Technology*" que sean: (Especificar el número para cada categoría)
- Personal de base
 - Personal de confianza
 - Personal temporal
 - Personal honorario
 - Otros (especificar)
23. ¿El personal en "*System Technology*" cuenta con suficiente experiencia en las funciones que se les encomiendan? (Sí/No)

24. ¿El personal en "*System Technology*" cumple con sus funciones asignadas? (Sí/No)

25. ¿Cómo se controla la entrada y salida del personal en "*System Technology*"? (Describir el método o sistema utilizado)

26. ¿Cómo se registra la asistencia, las faltas, las incapacidades y otros aspectos relacionados con la asistencia del personal en "*System Technology*"?

Anexo C

ENCUESTAS DE DIAGNÓSTICO EXTERNO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA CLIENTES

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tienen los clientes en cuanto a la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Con qué frecuencia realiza compras en la empresa "*System Technology*"?
a. Semanalmente ___ b. Quincenalmente ___ c. Mensualmente ___ d. Diariamente ___ e. Otra frecuencia ___
2. ¿Considera que el servicio que ofrece la empresa "*System Technology*" es bueno? (Sí/No)
3. ¿Alguna vez ha adquirido productos similares a los que ofrece "*System Technology*" en otro lugar?
En caso afirmativo, ¿por qué? (Describir el motivo)
4. ¿Cree usted que "*System Technology*" es una empresa con visión de futuro? (Sí/No)
5. ¿Qué opinión tiene sobre la forma de financiamiento ofrecida por "*System Technology*"?
 - Buena
 - Regular
 - Mala
6. ¿Cuáles son las debilidades que usted identifica en "*System Technology*"? (Describir las debilidades)

7. ¿Cuáles son las fortalezas que usted identifica en "*System Technology*"? (Describir las fortalezas)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Datos de identificación

Edad: _____ **Sexo:** _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer el nivel de satisfacción que tienen los clientes en cuanto a los productos y servicios que oferta la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿A través de qué medio se puso en contacto por primera vez con la empresa "*System Technology*"?
a. Página web b. Páginas amarillas c. Por medio del gerente d. Recomendación de otro cliente e. Publicidad f. Otro (especificar) _____
2. ¿Cómo se puso en contacto con el servicio de atención al cliente de "*System Technology*"?
a. En persona b. Por teléfono c. Por fax d. Por correo electrónico e. Otro (especificar) _____
3. Si utilizó el teléfono para contactar al servicio de atención al cliente, ¿cuánto tiempo aproximadamente tuvo que esperar para ser atendido?
a. Me atendieron inmediatamente b. Unos tres minutos aproximadamente c. Entre tres y cinco minutos d. Entre cinco y diez minutos e. Diez minutos o más
4. ¿Considera que el servicio al cliente de "*System Technology*" satisface adecuadamente sus necesidades?
a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo e. No aplica

5. ¿Considera que el servicio al cliente de "System Technology" tiene un buen conocimiento del producto que ofrecen?

a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo e. No aplica

6. ¿Qué tipo de productos tecnológicos consume con mayor frecuencia?

a. Equipos informáticos b. Componentes electrónicos c. Dispositivos móviles d. Otros (especificar)

7. ¿Con qué frecuencia realiza compras de productos tecnológicos a "System Technology"?

a. Mensualmente b. Trimestralmente c. Semestralmente d. Anualmente e. Ocasionalmente

8. ¿Cuál es su opinión sobre la calidad de los productos tecnológicos de "System Technology"?

a. Excelente b. Buena c. Regular d. Mala

9. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos tecnológicos de "System Technology"?

a. Menos de un mes b. Entre uno y seis meses c. Entre seis meses y un año d. Entre uno y tres años e. Más de tres años

10. ¿En comparación con otras alternativas de empresas en el mismo sector, considera que "System Technology" ofrece productos y servicios excelentes, buenos, regulares o malos?

11. ¿Volvería a comprar o utilizar productos y servicios de "System Technology" en el futuro?

a. Seguro que sí b. Probablemente sí c. Puede que sí, puede que no d. Probablemente no he. Seguro que no ¿Por qué?

12. ¿Ha recomendado productos y servicios de "System Technology" a otras personas?

a. Sí b. No

13. ¿Recomendaría la empresa "System Technology" a otras personas?

a. Sí b. Probablemente sí c. No estoy seguro d. Probablemente no he. No

14. ¿Qué grado de importancia les otorga a los siguientes aspectos al momento de adquirir productos y servicios de tecnología? ¿Y cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con "System Technology"?

- Calidad del servicio: Alta / Media / Poca
- Relación calidad-precio: Alta / Media / Poca
- Proceso de compra del servicio: Alta / Media / Poca
- Experiencia de uso: Alta / Media / Poca

- Servicio postventa: Alta / Media / Poca
- Atención al cliente: Alta / Media / Poca

15. ¿Considera que los productos y servicios que ha adquirido de "*System Technology*" han valido lo que ha pagado por ellos?

a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

16. ¿Los productos y servicios de "*System Technology*" satisfacen sus necesidades?

a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

17. ¿Considera que los productos de tecnología de "*System Technology*" son fáciles de usar?

a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

18. ¿Se resolvieron de manera satisfactoria los problemas que ha enfrentado con los productos y servicios de "*System Technology*"?

a. Sí, fueron resueltos por la empresa o sus representantes. b. Sí, fueron resueltos por alguien ajeno a la empresa. c. No. d. No hubo ningún problema. Si existen problemas, por favor, justifique su respuesta:

19. ¿Hay algo que le gustaría transmitir a los directivos de la empresa "*System Technology*" sobre sus productos y servicios de atención al cliente que no se haya mencionado en esta encuesta? Si es así, por favor, comparta sus comentarios:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA PROVEEDORES

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tienen los proveedores en cuanto a la empresa *System Technology*, esto en calidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Considera que la empresa "*System Technology*" es un buen cliente? a. Sí. b. No.
2. ¿Considera que la empresa "*System Technology*" comercializa bien sus productos? a. Sí. b. No.
3. ¿Considera que la forma de pago de la empresa "*System Technology*" es adecuada? a. Sí. b. No.
4. ¿Qué factores cree que pueden influir positivamente en la empresa "*System Technology*"?

5. ¿Qué factores cree que pueden afectar negativamente a la empresa "*System Technology*"?

Anexo D

ENCUESTAS DE EVALUACIÓN USUARIO - EXPERTO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA EXPERTO

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tienen un experto en el campo de planeación estratégica en cuanto a la factibilidad y aporte potencial de la presente propuesta.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Cuál es su experiencia en el desarrollo de planes estratégicos en el sector empresarial?
 - a) Menos de 1 año
 - b) Entre 1 y 3 años
 - c) Entre 3 y 5 años
 - d) Más de 5 años

2. ¿Qué aspectos considera clave en un plan estratégico para asegurar su eficacia y éxito?
 - a) Análisis exhaustivo del entorno y mercado
 - b) Definición clara de objetivos y metas
 - c) Identificación de fortalezas y debilidades internas
 - d) Elaboración de estrategias específicas y acciones concretas
 - e) Evaluación continua y ajustes según resultados

3. En base a la descripción del plan estratégico de la empresa *System Technology* presentado, ¿qué aspectos destacaría como positivos?
 - a) Análisis sólido del entorno y mercado
 - b) Claridad en la visión, misión y objetivos
 - c) Identificación y abordaje de fortalezas y debilidades internas
 - d) Propuesta de estrategias específicas en áreas clave
 - e) Planes de acción detallados para implementación

4. ¿Cuál es su opinión técnica en cuanto al plan estratégico presentado?

5. ¿Qué recomendaciones tendría para mejorar o ampliar el plan estratégico presentado?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA USUARIO

Datos de identificación

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo ocupado: _____

Área en la que trabaja: _____

Objetivo

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tienen un usuario miembro de la empresa *System Technology* en cuanto a la factibilidad y aporte potencial de la presente propuesta.

Instrucciones

Ya que las preguntas planteadas a continuación son tanto de tipo abierto como cerrado, se solicita responder según se indique en cada pregunta.

1. ¿Cuál es su nivel de familiaridad con la empresa System Technology?
 - a) Muy familiarizado
 - b) Moderadamente familiarizado
 - c) Poco familiarizado
 - d) No estoy familiarizado

2. ¿Qué aspectos considera importantes en un plan estratégico de una empresa de tecnología?
 - a) Variedad y calidad de productos y servicios
 - b) Precios competitivos c) Atención al cliente de calidad
 - d) Innovación y adaptación a las nuevas tecnologías
 - e) Otros (especificar) _____

3. ¿Considera que el plan estratégico de la empresa System Technology cumple con sus expectativas como cliente?
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo

d) Totalmente en desacuerdo

4. ¿Qué sugerencias tendría para mejorar el plan estratégico de la empresa en términos de satisfacción del cliente y atención al usuario?

Anexo E

FORMATO PLAN DE ACCIÓN



ACCION PREVENTIVA, CORRECTIVA Y DE MEJORA

Versión: 001

No. F-01-01

Tipo de acción

Preventiva

Correctiva

Mejora

X

Fecha inicio	Nombre del solicitante	Proceso involucrado	Fuente de la acción	Sistema de gestión	Fecha de cierre

Descripción de la situación detectada

--

Acción inmediata a corregir, prevenir o mejorar

--

Análisis de causas

Metodología 5M/5PQ	¿Por qué?				
Máquina					
Método					
Personal					
Material					
Medio Ambiente					

Plan de Acción

No.	Actividades a realizar	Responsable	Medio de Verificación	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Avance %	Valoración %	Recursos
1								
2								
3								
4								
5								

Resultados obtenidos	Eficacia de la acción
	firma

Anexo F

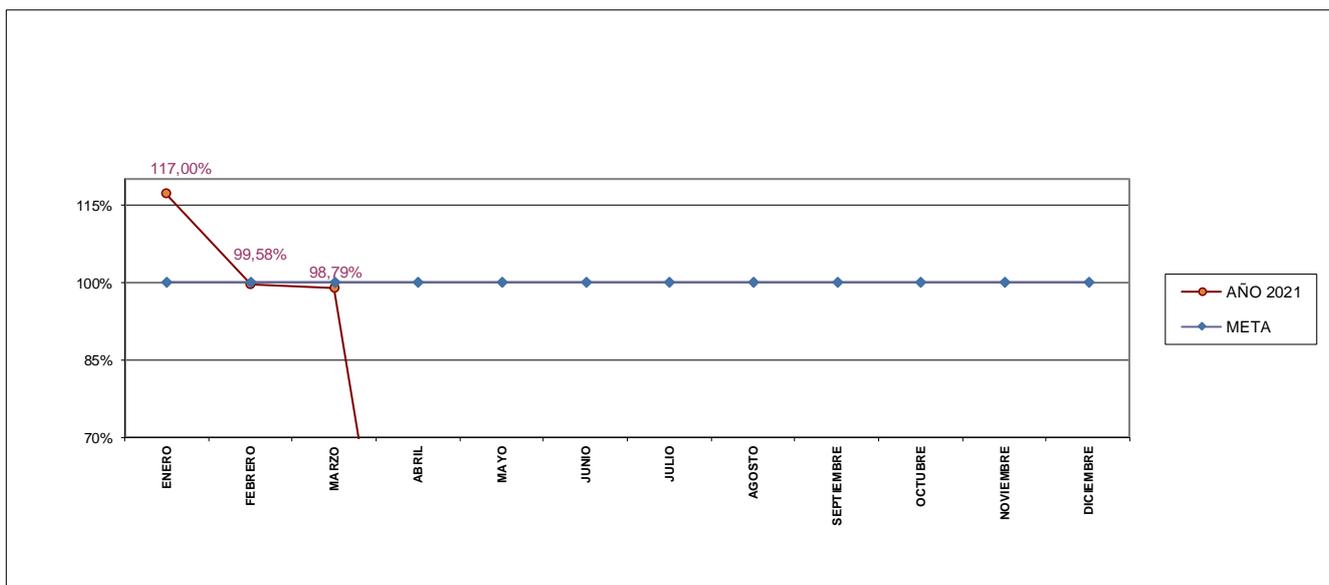
FORMATO KPIs



SEGUIMIENTO DE INDICADORES DE DESEMPEÑO

PROCESO:	Ventas
INDICADOR:	Cumplimiento Presupuesto de Ventas
FORMULA:	$\frac{\text{Ventas reales}}{\text{Total Presupuestado}}$
FUENTES información:	Sistema Fenix
FRECUENCIA medición:	mensual
RESPONSABLE medición:	Ventas
RECURSOS:	n/a

DATOS	AÑO 2021					
	Presupuestado Venta	Ventas Reales	%	META/ESTANDAR	Estado	
ENERO	31.191,41	36.494,02	117,00%	100,00%	OK	
FEBRERO	30.619,78	30.491,51	99,58%	100,00%	ALERTA	
MARZO	32.177,25	31.788,57	98,79%	100,00%	ALERTA	
ABRIL			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
MAYO			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
JUNIO			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
JULIO			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
AGOSTO			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
SEPTIEMBRE			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
OCTUBRE			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
NOVIEMBRE			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
DICIEMBRE			#¡DIV/0!	100,00%	#¡DIV/0!	
TOTAL AÑO 2021	93.988,4	98.774	105,09%	100,00%		



Elaborado por: Asesoría Financiera

Fecha: 09-jul-23

OPCIONAL