



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
EXTENSIÓN LA MANÁ**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA JET AGUA DEL  
CANTÓN LA MANÁ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciada en Administración de Empresas

**Autora:**  
Dayanna Mireya Chicaiza Salazar

**Tutor:**  
MBA. Luis Daniel Nauta Padilla

**LA MANÁ-ECUADOR  
AGOSTO-2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Chicaiza Salazar Dayanna Mireya, con cédula de ciudadanía No 1208258770, declaro ser autora del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA JET AGUA DEL CANTÓN LA MANÁ”**, siendo el Ing. Luis Daniel Nauta Padilla M.Sc., Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi, y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

La Maná, 21 de agosto del 2024



Dayanna Mireya Chicaiza Salazar  
C.C: 1208258770

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA JET AGUA DEL CANTÓN LA MANÁ”**, de Chicaiza Salazar Dayanna Mireya, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Maná, 21 de agosto del 2024



MBA. Luis Daniel Nauta Padilla  
C.C: 0503481236  
**TUTOR**

## **AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Extensión La Maná; por cuanto, la postulante: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya, con el título de Proyecto de Investigación: “**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA JET AGUA DEL CANTÓN LA MANÁ**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.


Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en CD, según la normativa institucional.

La Maná, 21 de agosto del 2024

Para constancia firman:



Dra. Marilin Vanessa Albarrasin Reinoso PhD  
C.C: 120243766-9  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano  
C.C:120556823-9  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



M. Sc. Enry Gutember Medina López  
C.C: 0501134514  
**LECTOR 3. (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por darme la inspiración para completar con éxito este proyecto académico.*

*Expreso un profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi por brindarme la oportunidad de adentrarme en el océano del saber.*

*Agradezco de manera especial al M. Sc. Daniel Nauta por su orientación y conocimientos que fueron fundamentales en esta investigación.*

*A todos aquellos profesores que contribuyeron de manera significativa a mi formación académica, sin su guía este logro no sería posible.*

**Dayanna**

## **DEDICATORIA**

*A mis queridos padres por ser mi mayor fortaleza y estar siempre a mi lado animándome a perseguir mis sueños y celebrando cada uno de mis logros, sin ustedes este viaje no sería tan significativo. A mi querido tío por su apoyo significativo para el desarrollo de esta investigación.*

*Con cariño.*

**Dayanna**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## EXTENSIÓN LA MANÁ

### TÍTULO: “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA JET AGUA DEL CANTÓN LA MANÁ”

**Autora:**

Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general desarrollar un plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná que permita el mejoramiento de la toma de decisiones a través de su optimización operativa, fue importante porque se formuló como respuesta a una necesidad evidente, que se reflejó a través de la problemática. Se justificó por la utilidad práctica de esta herramienta en un contexto de planificación cuya función fue esencial para otorgar orientación a los esfuerzos conjuntos de la empresa, debido a que se sustenta en las falencias identificadas con el uso de la matriz FODA y DAFO cruzada. La metodología se constituyó a partir de los tipos de investigación bibliográfica, descriptiva y los métodos analítico, sintético, estadístico, mientras que la recolección de información se realizó a través de la aplicación de las técnicas de censo, encuestas y la entrevista, teniendo como población al propietario, los 7 empleados y 500 clientes de la empresa. A través del diagnóstico situacional se identificó deficiencias en la formalización de la misión, visión, y políticas internas, inexistencia de un manual de funciones y organigrama en forma documental. Por lo cual se planteó estrategias como la actualización de los elementos de direccionamiento estratégico y su respectiva socialización, la formulación de un organigrama y un manual de funciones, la capacitación del personal, alianzas estratégicas y la creación de elementos promocionales más llamativos para dar a conocer el producto en sus diferentes presentaciones. La proyección de los ingresos para la empresa bajo un escenario moderado del 5% correspondería \$37.063,39 y optimista del 7% alcanzaría los \$37.769,36, en ambos casos evidenció que los ingresos se incrementan de manera favorable. En conjunto, se tuvo por beneficiarios al propietario y los colaboradores de la empresa, en virtud del impacto social, económico, técnico y ambiental positivos que derivan de las estrategias dirigidas a la empresa JET AGUA.

**Palabras claves:** Plan estratégico, empresa, estrategias, toma de decisiones, objetivos.

# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## EXTENSION LA MANA

**THEME: “STRATEGIC PLAN FOR THE JET AGUA COMPANY OF THE CANTON LA MANA”**

**Author:**

Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### ABSTRACT

The general objective of this research was to develop a strategic plan for the company JET AGUA in the canton of La Maná that allows the improvement of decision-making through operational optimization. It was important because it was formulated in response to an obvious need, which was reflected through the problem. It was justified by the practical usefulness of this tool in a planning context whose function was essential to provide guidance to the company's joint efforts, because it is based on the shortcomings identified with the use of the SWOT and crossed SWOT matrix. The methodology was constituted from the types of bibliographic, descriptive research and analytical, synthetic, statistical methods, while the collection of information was carried out through the application of census, survey and interview techniques, having as population to the owner, the 7 employees and 500 clients of the company. Through the situational diagnosis, deficiencies were identified in the formalization of the mission, vision, and internal policies, the lack of a functions manual and organizational chart in documentary form. Therefore, strategies were proposed such as updating the elements of strategic direction and their respective socialization, the formulation of an organization chart and a manual of functions, staff training, strategic alliances and the creation of more striking promotional elements to publicize the product in its different presentations. The income projection for the company under a moderate scenario of 5% would correspond to \$37,063.39 and an optimistic scenario of 7% would reach \$37,769.36, in both cases it showed that income increases favorably. Overall, the company's owner and collaborators were considered beneficiaries, due to the positive social, economic, technical and environmental impact derived from the strategies directed at the JET AGUA company.

**Keywords:** strategic plan, company, strategies, decision making.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN .....	iii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiv
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN .....	3
4. BENEFICIARIOS .....	4
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
5.1. Formulación del problema .....	6
6. OBJETIVOS .....	7
6.1. General .....	7
6.2. Específicos .....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS. ....	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	9
8.1. Antecedentes Investigativos .....	9
8.2. Categorías fundamentales .....	10
8.2.1. Planeación estratégica .....	10
8.2.1.1. Importancia de la planeación estratégica .....	11
8.2.2. Plan estratégico .....	11
8.2.2.1. Importancia del plan estratégico .....	12
8.2.2.2. Elementos del plan estratégico .....	12
8.2.2.2.1. Misión .....	12
8.2.2.2.2. Visión .....	13
8.2.2.2.3. Objetivos .....	13
8.2.2.2.4. Valores .....	14
8.2.2.2.5. Políticas .....	15

8.2.2.2.6. Estrategias.....	16
8.2.2.3. Estructura del plan estratégico.....	17
8.2.2.4. Matriz FODA.....	18
8.2.2.5. Objetivos estratégicos.....	19
8.2.3. Toma de decisiones .....	19
8.2.3.1. Importancia de la toma de decisiones.....	20
8.2.4. Empresa .....	20
8.2.4.1. Características de la empresa.....	21
8.2.4.2. Importancia de la empresa.....	22
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	24
10. METODOLOGÍA.....	25
10.1. Tipo de Investigación .....	25
10.1.1. Investigación Bibliográfica.....	25
10.1.2. Investigación descriptiva. ....	25
10.2. Métodos .....	25
10.2.1. Método analítico .....	25
10.2.2. Método sintético .....	26
10.2.3. Método estadístico.....	26
10.3. Técnicas de recolección de información .....	26
10.3.1. Encuestas .....	26
10.3.2. Entrevista.....	26
10.3.3. Censo .....	27
10.4. Instrumentos de recolección de información.....	27
10.4.1. Cuestionario.....	27
10.4.2. Procedimientos .....	27
10.5. Población y muestra.....	27
10.5.1. Muestra.....	28
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	30
11.1. Diagnóstico situacional interno y externo de la empresa JET AGUA .....	30
11.1.1. Resultados de la entrevista aplicada al propietario de JET AGUA.....	30
11.1.2. Resultados del censo a los empleados de la empresa JET AGUA .....	35
11.1.3. Análisis y presentación de los resultados de las encuestas a los clientes JET AGUA ..	48
11.1. 4. Conclusiones del censo y la encuesta .....	56
11.2. Propuesta .....	57

11.2.1. Título: .....	57
11.2.2. Información general de la empresa.....	57
11.2.3. Antecedentes.....	58
11.2.4. Introducción.....	58
11.2.5. Objetivos de la propuesta .....	59
11.2.6. Justificación .....	59
11.2.7. Desarrollo de plan estratégico .....	60
11.2.7.1. Etapa 1: Direccionamiento estratégico .....	60
11.2.7.2. Etapa 2: Diagnóstico de la situación actual .....	65
11.2.7.3. Etapa 3. Selección de estrategias y establecimiento de objetivos .....	68
11.2.7.4. Etapa 4. Cuantificación de los recursos necesarios .....	84
12. IMPACTOS .....	87
12. 1. Impacto técnico.....	87
12.2. Impacto social.....	87
12.3. Impacto económico.....	87
1.2.4. Impacto ambiental .....	88
13. PRESUPUESTO.....	89
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	90
14.1. Conclusiones.....	90
14.2. Recomendaciones .....	91
15. REFERENCIAS .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

N°	Pág.
Tabla 1. Beneficiarios del proyecto .....	4
Tabla 2. Actividades en relación a los objetivos.....	8
Tabla 3. Población de estudio .....	28
Tabla 4. Resultados de la entrevista al propietario .....	30
Tabla 5. Socialización de la misión y visión .....	35
Tabla 6. Existencia de los valores y políticas documentadas .....	36
Tabla 7. Existencia de objetivos en la empresa JET AGUA.....	37
Tabla 8. Identificación de las fortalezas y debilidades internas .....	38
Tabla 9. Evaluación continua de la capacidad para mantenerse competitiva .....	39
Tabla 10. Establecimiento de los mecanismos para monitorear a los clientes .....	40
Tabla 11. Comunicación clara sobre los planes de acción.....	41
Tabla 12. Existencia de indicadores para el cumplimiento de las labores del personal .....	42
Tabla 13. Disposición de materiales publicitarios .....	43
Tabla 14. Capacitaciones para incrementar su conocimiento y habilidades.....	44
Tabla 15. Decisiones acertadas .....	45
Tabla 16. Inclusión de las opiniones de los empleados en los cambios importantes .....	46
Tabla 17. Uso óptimo de recursos .....	47
Tabla 18. Calidad del producto.....	48
Tabla 19. Variedad de presentaciones .....	49
Tabla 20. Percepción visual de los productos.....	50
Tabla 21. Percepción sobre el precio .....	51
Tabla 22. Relación calidad-precio .....	52
Tabla 23. Accesibilidad de los puntos de ventas .....	53
Tabla 24. Agilidad de la entrega a domicilio .....	54
Tabla 25. Percepción de las promociones.....	55
Tabla 26. Actualización de la misión.....	61
Tabla 27. Revisión de la visión.....	61
Tabla 28. Valores individuales para la empresa JET AGUA .....	62
Tabla 29. Valores corporativos para la empresa JET AGUA.....	63
Tabla 30. Políticas para la empresa JET agua.....	64
Tabla 31. Matriz FODA de la empresa JET AGUA .....	65

Tabla 32. Matriz de factores internos de la empresa JET AGUA.....	66
Tabla 33. Matriz de factores internos de la empresa JET AGUA.....	67
Tabla 34: Matriz de estrategias de la empresa JET AGUA .....	68
Tabla 35: Plan de acción.....	69
Tabla 36: Actividades para el proceso de socialización de direccionamiento estratégico.....	71
Tabla 37: Plan de Capacitación para los Empleados de JET AGUA .....	77
Tabla 38: Proceso de realización de alianzas estratégicas.....	78
Tabla 39. Cartera de productos de JET AGUA.....	79
Tabla 40: Estrategia para mejorar la imagen empresarial a través de iniciativas ambientales .	82
Tabla 41: Presupuesto .....	84
Tabla 42: Ingresos de la empresa JET AGUA .....	85
Tabla 43: Proyección de escenarios.....	86
Tabla 44: Presupuesto del proyecto investigativo .....	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

N°	Pág.
Figura 1. Categorías fundamentales .....	10
Figura 3. Socialización de la misión y visión.....	35
Figura 4. Existencia de los valores y políticas documentadas.....	36
Figura 5. Existencia de objetivos en la empresa JET AGUA .....	37
Figura 6. Identificación de las fortalezas y debilidades internas.....	38
Figura 7. Evaluación continua de la capacidad para mantenerse competitiva .....	39
Figura 8. Establecimiento de los mecanismos para monitorear a los clientes.....	40
Figura 9. Comunicación clara sobre los planes de acción.....	41
Figura 10. Existencia de indicadores para el cumplimiento de las labores del personal.....	42
Figura 11. Disposición de materiales publicitarios.....	43
Figura 12. Capacitaciones para incrementar su conocimiento y habilidades.....	44
Figura 13. Decisiones acertadas .....	45
Figura 14. Inclusión de las opiniones de los empleados en los cambios importantes.....	46
Figura 15. Uso óptimo de recursos.....	47
Figura 16. Calidad del producto .....	48
Figura 17. Incremento de la variedad de presentaciones.....	49
Figura 18. Percepción visual de los productos .....	50
Figura 19. Percepción sobre el precio .....	51
Figura 20. Relación calidad-precio.....	52
Figura 21. Accesibilidad de los puntos de ventas.....	53
Figura 22. Agilidad de la entrega a domicilio .....	54
Figura 23. Percepción de las promociones .....	55
Figura 24. Instalaciones de la empresa JET agua.....	58
Figura 25: Misión de la empresa JET AGUA.....	72
Figura 26. Visión de la empresa JET AGUA.....	72
Figura 27: Organigrama.....	73
Figura 28: Slogan y logo de la empresa JET AGUA.....	79
Figura 29: Rótulos para la empresa JET AGUA .....	80
Figura 30: Objetos publicitarios .....	81
Figura 31: Representación gráfica de los ingresos de la empresa JET AGUA .....	85

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### Título del proyecto

“Plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná.”

<b>Fecha de inicio:</b>	Octubre 2023
<b>Fecha finalización:</b>	Febrero 2024
<b>Lugar de ejecución:</b>	El Moral. Cantón La Maná – Provincia de Cotopaxi. Avenida
<b>Unidad académica que auspicia:</b>	Facultad de Ciencias Administrativas
<b>Carrera que auspicia:</b>	Licenciatura en Administración de Empresas
<b>Proyecto de investigación vinculado:</b>	La investigación del proyecto está vinculada y aporta al proyecto “Emprendimientos Socioproductivos del cantón La Maná”
<b>Equipo de trabajo:</b>	Ing. Daniel Nauta Padilla M. Sc. (Ver Anexo 1) Chicaiza Salazar Dayanna (Ver Anexo 2)
<b>Área de conocimiento:</b>	Administración de Empresas
<b>Línea de investigación:</b>	Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.
<b>Sub líneas de investigación de la carrera:</b>	Estrategias, administrativas, productividad y emprendimiento.

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La planificación estratégica es una herramienta importante para orientar de manera eficaz el rumbo de una organización, favoreciendo la toma de decisiones, por ello la presente investigación tuvo como objetivo general diseñar un plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi que surgió como una alternativa de solución ante la problemática de la inexistencia de un direccionamiento estratégico, inadecuada toma de decisiones y una disminución en el crecimiento de la empresa.

La investigación tuvo un enfoque mixto porque se detalló la problemática con sus respectivas causas y efectos, apoyados de una investigación de campo para la recolección de información en el sitio de estudio en este caso la empresa; los métodos empleados fueron el inductivo, deductivo y el analítico. La población estuvo conformada por el propietario, 7 empleados y 500 clientes a quienes se aplicó las técnicas de recolección de información. Para la aplicación de la encuesta se estableció el cuestionario como instrumento, el cual contó con preguntas de opción múltiple en relación a las dimensiones de cada una de las variables de estudio; la entrevista se aplicó al propietario el Ing. Frazier Guevara Ortega, con la finalidad de conocer la información relevante en cuanto a la situación interna y externa de la empresa.

Se desarrolló un diagnóstico situacional interno y externo de la empresa para identificar factores positivos y negativos que influyen el rendimiento de la empresa y el establecimiento de un direccionamiento estratégico, definiendo su propósito y aspiraciones organizacionales y posteriormente proponer un plan estratégico con acciones enfocada al mejoramiento de la toma de decisiones que favorecerá la capacidad de realizar una gestión más eficiente, evitando desperdicios de recursos materiales y humanos de la empresa.

Los beneficiarios directos constituyeron el propietario y empleados, quienes a través del plan estratégico se vieron favorecidos, al contar con una herramienta que trazó un curso de acción para el funcionamiento empresarial, que los guíe hacia la consecución de los objetivos. Los clientes percibirán una mejor atención de parte de la empresa; de manera indirecta los entes recaudadores de impuestos y proveedores serán partícipes de los beneficios indirectos desprendidos del plan estratégico que se elaboró para JET AGUA del cantón La Maná.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El diseño de un plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná surgió como motivación para aportar a su crecimiento competitivo, mediante la definición de una misión, visión y objetivos a corto y largo plazo a través de estrategias que proporcione un marco adecuado para la toma de decisiones y la asignación de los recursos que es vital para mantener la competitividad en el mercado de la venta de agua embotellada.

Fue importante, debido que el plan estratégico fue diseñado en base a un diagnóstico situacional interno y externo previo el cual permitió proponer soluciones innovadoras que impulsen el crecimiento económico sostenible de la empresa a través de una toma de decisiones acertada, con lo cual pueda permanecer en este mercado que cada día es más competitivo permitiendo la adaptación ágil a las nuevas tendencias del mundo actual, así como identificar las oportunidades para diversificar y seguir creciendo a nivel cantonal y nacional.

Su relevancia se pone de manifiesto no solo aportó a la consolidación y crecimiento de JET AGUA, sino que también contribuyó a la sostenibilidad y desarrollo de la empresa, fortaleciendo la posición de la empresa como un actor consciente y comprometido con sus colaboradores, así la investigación, proporcionó un análisis exhaustivo del entorno interno y externo, identificando factores de mejora, así como la generación de estrategias que se adapten a la empresa, detallando cada una de las acciones a realizar.

Se benefició al propietario y los empleados con el mejoramiento del proceso de toma decisiones a través del plan estratégico, fortaleciendo su posición en el mercado, al contar con estrategias adecuadas acordes a sus objetivos empresariales. La utilidad práctica de la investigación radicó en la contribución de información interna y externa de la empresa que refleja su situación actual. Su relevancia se vinculó con el impacto directo en la viabilidad de JET AGUA para mantener la calidad del servicio y competir eficazmente con otras empresas similares.

Fue factible desarrollar la investigación por la accesibilidad de la información interna de la empresa y la disposición del propietario y empleados frente al plan estratégico lo que garantizó la obtención de datos reales y precisos.

#### 4. BENEFICIARIOS

El presente proyecto investigativo tuvo como beneficiarios directos al propietario, los empleados y los clientes de la empresa JET AGUA porque la mejorar la toma de decisiones a través de un plan estratégico se mejora la situación administrativa y operativa de la empresa.

Y como beneficiarios indirectos se tuvo a los proveedores, a la Universidad Técnica de Cotopaxi como auspiciante del proyecto y la comunidad en general.

**Tabla 1.** *Beneficiarios del proyecto*

<b>Beneficiarios directos</b>		<b>Beneficiarios Indirectos</b>	
Propietario de la Empresa JET AGUA	1	Universidad Técnica de Cotopaxi	1
Empleados	7	Proveedores	10
Clientes	500	Servicios de Rentas Internas	1
<b>Total</b>	<b>508</b>	<b>Total</b>	<b>12</b>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### 5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las principales empresas del mercado de agua embotellada en Ecuador son The Coca-Cola Company, Pure Glacier Purified Water, Refrescos SIN GAS SA (RE.S.GA.SA), Grupo Embotellador ATIC S.A, Agua San Felipe, Vilcagua y ACQUASPLENDOR S.A, entre otras. De acuerdo a un reporte emitido por la Organización de Naciones Unidas, cada habitante de Ecuador consume 67 litros de agua embotellada cada año (Informes de Expertos, 2024).

A nivel nacional, en un mercado cada vez más competitivo, aún existen muchas empresas que no desarrollan un plan estratégico que permita direccionar a un proyecto de alta dirección que recolecta decisiones, esto quiere decir que es un instrumento que genera ganancias y productividad para la empresa; con el fin de cumplir con las metas propuestas, para ser óptima y competitiva en el mercado laboral, lo que genera que las empresas se enfrenten a variaciones en el mercado, así como pérdida de clientes, y por ende disminución de ventas (Hernández, 2020).

En base a datos estimados de las revisiones de estudios, se aprecia que a nivel nacional, cerca de 70% de las empresas disponen de un plan estratégico, sin embargo no todas lo implementan debido a un sinnúmero de factores, entre los que se destaca la falta de liderazgo, poco conocimiento sobre la importancia del mismo, también por falta de comunicación entre el

personal, de estas empresas cerca de un 25% implementa el plan, lo que genera que la empresa tome un direccionamiento estratégico adecuado acorde a sus objetivos y poderlos cumplir (Intriago, 2023).

En la provincia de Cotopaxi, existen un sinnúmero de empresas que se dedican a la venta de agua, siendo necesario y vital que las mismas cuenten con un plan estratégico que le permita tomar las medidas adecuadas que les permita cumplir con los objetivos propuestos, mejorando cada una de las áreas de la empresa, por ende, incrementando sus ventas, así mismo deben reducir costos y lograr satisfacer a sus clientes ofertando productos de calidad (Llanqui & Pallo, 2022). Se estima, que cerca del 50% de los planes estratégicos que no se ejecutan debido a que no están alineados los objetivos con las actividades, lo que a la vez repercute en el desarrollo de la empresa al no tener estrategias adecuadas para un crecimiento, otro inconveniente general de las empresas locales es la poca actualización de los planes estratégicos, lo que a la vez genera inconvenientes a la hora de realizar actividades o tomar decisiones (Cevallos & Navarrete, 2023).

La empresa JET AGUA, ubicada en el cantón La Maná ha presentado un rezago en su crecimiento en comparación a años anteriores los cuales, que estuvieron por debajo de lo esperado, así mismo está enfrentando en el mercado, una gran competencia por parte de empresas que ofertan agua embotellada como SPLENDOR; por otro lado la situación actual que se vive en el país, asociado a la crisis económica ha ocasionado que se aumenten los costos de producción lo que conlleva a un aumento en el precio final de los productos por lo cual ha disminuido sus ventas.

Otro inconveniente de la empresa que se suscita en los últimos meses es la ausencia de un direccionamiento estratégico, debido a que no poseen estrategias definidas para los empleados se les dificulta realizar las actividades para lograr el cumplimiento de los objetivos, generando confusión en los empleados, así mismo inconvenientes en la toma de decisiones cuando se presentan situaciones imprevistas, también se puede apreciar que no existe una manera correcta para la medición de los niveles de ganancia de la empresa, lo que ocasiona que no se conozca el progreso de la empresa, todos estos inconvenientes llevan a una desmotivación del personal que no labora de la manera adecuada debido a que no tiene un buen liderazgo por parte de la empresa. La relevancia del problema radica en su impacto directo en la viabilidad y sostenibilidad de JET AGUA en el mercado, ya que una disminución en la eficacia de sus procesos operativos y

administrativos afecta su capacidad para invertir en mejoras, mantener la calidad del servicio y competir eficazmente, poniendo en riesgo su posición en el sector.

La situación que afronta la empresa JET AGUA tiene por causas un manejo empírico, la escasa definición de estrategias, lo que generó confusión entre los empleados y dificulta la ejecución eficiente de las actividades necesarias para alcanzar los objetivos organizacionales, especialmente en situaciones imprevistas, ya que no existen políticas establecidas para guiar la respuesta adecuada. Además, de que no se ha actualizado los elementos de direccionamiento estratégico, de manera conjunta, esto ha dejado a la empresa sin una visión coherente a corto y a largo plazo, lo que complica su capacidad de adaptación en un mercado competitivo.

Las consecuencias de estas debilidades se manifestaron en una serie de efectos que ponen en riesgo la viabilidad de la empresa, afectando la capacidad de la empresa para adaptarse y competir en un mercado donde predominan rivales con marcas más conocidas como Tesalia Company o Splendor. Además, la toma de decisiones se vuelve reactiva y poco efectiva, dificultando la adaptación de la empresa a cambios del entorno y a situaciones imprevistas, lo que incrementa su vulnerabilidad frente a la competencia y las crisis económicas.

Para abordar estas deficiencias, se estableció como medida de solución un plan estratégico, que proporcione un panorama claro para la toma de decisiones, mejorando la coordinación entre los empleados y fortaleciendo la capacidad de la empresa para enfrentar las amenazas y aprovechar oportunidades que el mercado plantea.

## **Delimitación**

- **Delimitación de contenido:** Planificación estratégica
- **Delimitación espacial:** Cantón La Maná – Provincia de Cotopaxi
- **Delimitación temporal:** Año 2024
- **Área:** Planificación estratégica

### **5.1. Formulación del problema**

¿El diseño de un plan estratégico permitirá el mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa JET AGUA?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. General**

Desarrollar un plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná, que permita el mejoramiento de la toma de decisiones a través de su optimización operativa.

### **6.2. Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional interno y externo mediante un análisis, para identificar factores positivos y negativos que influyen el rendimiento de la empresa.
- Analizar el direccionamiento estratégico para el mejor funcionamiento de la empresa JET AGUA.
- Proponer un plan estratégico con estrategias enfocadas al mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS.

**Tabla 2.** *Actividades en relación a los objetivos*

<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Resultado</b>	<b>Descripción del instrumento</b>
Realizar un diagnóstico situacional interno y externo mediante un análisis, para identificar factores positivos y negativos que influyen el rendimiento de la empresa.	Elaboración de instrumentos de recolección de información Análisis de la información recolectada. Elaboración de una matriz FODA	Detección de las debilidades existentes en la empresa.	- Entrevista - Censo - Matriz FODA
Analizar el direccionamiento estratégico para el mejor funcionamiento de la empresa JET AGUA.	Revisión de la misión, visión y valores para la empresa.	Direccionamiento estratégico actualizado conformado por la misión, visión y valores para la empresa.	- Entrevista - Encuesta - Censo
Proponer estrategias para el plan estratégico que contribuyan al mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa.	Selección de estrategias Elaboración del plan de acción Detalle de estrategias	Mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa JET AGUA.	- Plan de Acción - Presupuesto del plan estratégico.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya.

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes Investigativos**

#### **Proyecto 1: Plan estratégico para la empresa “D’ Maderas y algo más” periodo 2023-2028**

##### **Resumen:**

Intriago (2023) realizó la investigación:

Con el objetivo diseñar un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la microempresa D’Maderas y algo más, durante el periodo 2023-2028. Para ello, se realizó un estudio situacional que incluyó entrevistas al gerente, revelando la falta de un plan estratégico y del uso de herramientas como el FODA. Además, se llevó a cabo un análisis externo mediante encuestas a clientes, y se aplicaron herramientas como el análisis PEST, las 5 fuerzas de Porter, y la matriz de factores externos, obteniendo un total ponderado de 2.74, lo que indica que la microempresa está aprovechando eficientemente sus oportunidades en el mercado. Finalmente, se elaboró un plan estratégico que aborda aspectos comerciales, técnicos y financieros, y se planificaron acciones concretas para mejorar la gestión administrativa utilizando la matriz (Intriago, 2023).

#### **Proyecto 2: Plan estratégico para la Compañía Diseño y Construcciones Decor Hogar Comercializadora Cía. Ltda., 2019–2023.**

##### **Resumen:**

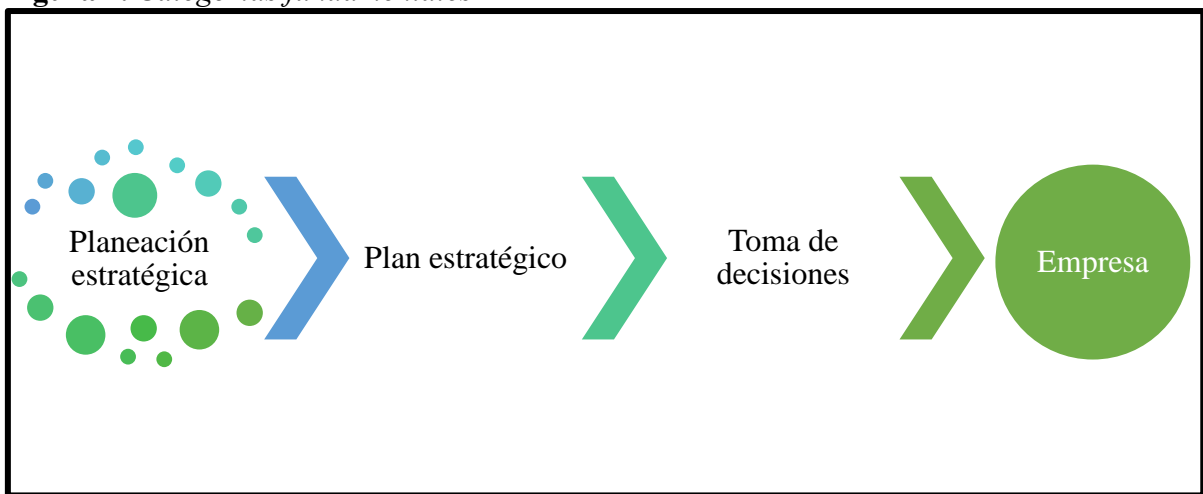
Hernández (2020) realizó la investigación:

Con el objetivo de diseñar un Plan Estratégico para la compañía Diseño y Construcciones DECOR HOGAR, dedicada a la construcción y venta de propiedades inmobiliarias. Partiendo de la situación inicial, se identificó la falta de una planificación estratégica adecuada, lo que dificultaba la definición clara de procesos para alcanzar los objetivos y metas de la compañía. Para abordar esto, se realizó un análisis de la misión, visión, objetivos y metas, junto con la recolección de datos mediante observación y encuestas dirigidas a gerencia, trabajadores y clientes, abarcando 399 clientes y 13 trabajadores. El trabajo de campo examinó variables como estructura jerárquica, cultura

laboral, canales de comunicación, capacitación, satisfacción del cliente y calidad del producto y servicio. Los resultados mostraron la ausencia de una planificación estratégica efectiva, subrayando la necesidad de un plan que gestione y monitoree adecuadamente el entorno y las operaciones de la compañía, permitiendo ajustes oportunos en las estrategias para mejorar la toma de decisiones (Hernández, 2020).

## 8.2. Categorías fundamentales

**Figura 1.** *Categorías fundamentales*



Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### 8.2.1. Planeación estratégica

La planeación estratégica que proviene del latín dórico es una herramienta fundamental que permite establecer objetivos claros y diseñar estrategias para alcanzarlos, este proceso incluye una evaluación preliminar de la organización, la definición de metas a largo plazo y el diseño de planes detallados, este proceso implica la coordinación de esfuerzos a nivel organizacional para que estén alineados hacia un propósito común que permita mejorar la eficiencia y efectividad de las operaciones (Serrato, 2019).

Es un proceso sistemático que permite a una empresa la definición de su dirección y la toma de decisiones con respecto a la asignación de recursos para lograr los objetivos trazados a través de la formulación de estrategias a largo plazo que se alinean con la misión, visión y valores, sustentados en un análisis interno y externo para identificar las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas para desarrollar planes de acción (Gargate, 2022).

Analizando los criterios anteriores la planeación estratégica es una herramienta importante que ayuda a guiar a una empresa hacia sus objetivos trazados a través de la definición de metas

claras y la asignación adecuada de recursos, adaptarse a cambios en el entorno, identificar oportunidades y amenazas, y optimizar su desempeño, mejorando la eficiencia y efectividad operativa de una organización.

#### **8.2.1.1. Importancia de la planeación estratégica**

La planeación estratégica ayuda a establecer objetivos, claros, medibles para alinear el rumbo de las metas de una organización, constituyen en un marco para alinear los recursos y esfuerzo hacia metas comunes. También facilita la identificación de oportunidades y debilidades para dar una respuesta oportuna a los cambios del mercado, que ayuda a la eficiencia operativa que asegura la sostenibilidad y competitividad de la empresa (Quintero y Bedoya, 2022).

Proporciona una hoja de ruta que permite alcanzar los objetivos a largo plazo, anticipando y adaptándose a los cambios en el entorno externo con el propósito de aprovechar las oportunidades. También fomenta la cohesión interna al alinear las metas y acciones de todos los integrantes de una organización facilitando la evaluación continua del desempeño (Ayón et al., 2023).

La importancia de la planeación estratégica radica en que estable un plan organizado y detallado para lograr las metas a largo plazo, ajustándose a los cambios en el entorno, promoviendo la unidad interna, los objetivos y acciones para incrementar la eficiencia y colaboración de la empresa que asegure su sostenibilidad y éxito en un mercado competitivo.

#### **8.2.2. Plan estratégico**

Un plan estratégico constituye un proceso a través del cual una empresa puede anticipar y adaptar sus acciones acordes a las oportunidades y amenazas en el ambiente; es decir es un programa que orienta hacia donde se desea llegar y cómo llegar, estableciendo las principales líneas de actuación (Palacios, 2020).

El plan estratégico es un documento integral que establece la dirección a largo plazo de una organización, proporcionando una guía clara para la toma de decisiones y la asignación de recursos, se trata de un marco estratégico que define la misión, visión, metas y objetivos, así como las estrategias y tácticas necesarias para alcanzarlos, el mismo va más allá de simples acciones operativas, abarcando una perspectiva amplia que involucra a todas las áreas de la empresa (Campos, 2020).

En torno a los criterios anteriores la planificación estratégica es un marco de referencia para establecer de manera formal que se pretende lograr en un plazo determinado de tiempo, mediante la definición de la misión, visión, metas y objetivos a través de acciones operativas, siendo una guía clara para la toma de decisiones y la asignación de recursos.

#### **8.2.2.1. Importancia del plan estratégico**

Un plan estratégico es importante porque ayuda a establecer objetivos y una visión a largo plazo, proporcionando directrices claras que guía las acciones y decisiones a lo largo del tiempo, proporcionando una orientación estratégica que facilite la toma de decisiones, asegurando que todas las actividades estén alineadas con los objetivos estratégicos de la organización, también facilita la asignación eficiente de los recursos con el propósito de asegurar los esfuerzos sean enfocados en áreas prioritarias y estratégicas (Caiza, 2022).

Sirve como un referente para comunicar la misión, visión y objetivos de la organización, además de analizar los factores internos y externos, creando una alineación y coherencia entre los colaboradores, incorporando mecanismos que permitan adaptarse a los cambios en el entorno empresarial, ayudando a las organizaciones ajustarse a las nuevas circunstancias del mercado competitivo (Otalvaro, 2019).

La adopción de la planificación en una empresa es importante porque tienen múltiples ventajas, como un direccionamiento estratégico que consta de: la definición de una misión, visión y objetivos claros, aspecto que proporciona un marco coherente para la toma de decisiones, además de alinear los recursos de la empresa con los objetivos estratégicos optimizando su uso y evitando desperdicios innecesarios.

#### **8.2.2.2. Elementos del plan estratégico**

La estructura de un plan estratégico se compone de varios elementos clave que guían a una organización hacia sus objetivos a largo plazo:

##### **8.2.2.2.1. Misión**

Este elemento describe su propósito fundamental y su razón de ser, define el objetivo principal que la empresa busca alcanzar, así como los valores y principios que guían sus acciones diarias. En otras palabras, es la enunciación que responde a la pregunta existencial de la organización (Cevallos & Navarrete, 2023).

La misión como parte del direccionamiento estratégico es la declaración que define el propósito principal de la empresa, es decir, por qué existe y qué busca lograr en su actividad diaria, comprende una guía que orienta las decisiones y acciones de la empresa (Cedeño et al., 2019).

#### **8.2.2.2.2. Visión**

La visión es una declaración que describe la aspiración a largo plazo de la empresa, es decir, cómo se ve a sí misma en el futuro. Define los objetivos ambiciosos que la empresa pretende alcanzar y el impacto que desea tener en su sector o en la sociedad, en síntesis, permite responder a la pregunta: dónde quiere llegar o situarse la empresa u organización en un lapso futuro (Cevallos & Navarrete, 2023).

Como elemento del direccionamiento estratégico actúa como catalizador de diferenciación que define cómo la empresa se posiciona en el mercado y qué la distingue de sus competidores. Al establecer una visión clara, la empresa puede comunicar su propuesta única de valor y su aspiración de manera efectiva tanto a clientes como a demás grupos de interés, aquello ayuda a construir una identidad de marca sólida y a atraer talento y clientes que se alineen con los valores y objetivos a largo plazo de la organización (Saltos et al., 2022).

#### **8.2.2.2.3. Objetivos**

Se trata de propósitos o metas específicas y medibles que una empresa establece para alcanzar su misión y visión, son elementos que guían las acciones y estrategias a corto y mediano plazo, proporcionando un enfoque claro para la toma de decisiones y la evaluación del desempeño (Cedeño et al., 2019).

Los objetivos son metas específicas que se establece para lograr su misión y visión, sirven como un enfoque claro para las acciones a corto, mediano y largo plazo y permiten evaluar el progreso de las acciones llevadas a cabo en la empresa (Cevallos & Navarrete, 2023).

- **Objetivos estratégicos:** Metas a largo plazo que alinean la dirección general de la empresa con su misión y visión. Por ejemplo, expandir la presencia en el mercado internacional en los próximos años.
- **Objetivos tácticos:** Metas a mediano plazo que apoyan los objetivos estratégicos, como lanzar nuevos productos o servicios en un periodo determinado.

- **Objetivos operativos:** Metas a corto plazo que se enfocan en las operaciones diarias de la empresa, como optimizar procesos internos o mejorar la eficiencia de un área específica (Cedeño et al., 2019).

Los objetivos son metas específicas y medibles que una empresa establece para alcanzar su misión y visión. Se dividen en objetivos estratégicos, que son metas a largo plazo alineadas con la dirección general de la empresa; objetivos tácticos, que son metas a mediano plazo diseñadas para apoyar los objetivos estratégicos; y objetivos operativos, que son metas a corto plazo enfocadas en mejorar las operaciones diarias.

#### 8.2.2.2.4. Valores

Son los principios y creencias fundamentales que guían el comportamiento, las decisiones y las acciones de una organización. Estos valores establecen los estándares éticos y culturales que definen cómo los empleados deben interactuar entre sí, con los clientes y con otras partes interesadas. Actúan como una brújula que orienta la conducta diaria y asegura que las operaciones y decisiones de la empresa se alineen con su misión y visión (Cedeño et al., 2019).

Los valores empresariales también sirven como un diferenciador clave que contribuye a la identidad y reputación de la empresa en el mercado. Al comunicar claramente sus valores, una empresa puede atraer y retener a empleados que comparten estos principios, creando un entorno de trabajo cohesivo y motivador. Además, estos valores ayudan a construir una imagen positiva ante los clientes y la comunidad, fortaleciendo la lealtad y la confianza en la marca (Cevallos & Navarrete, 2023).

- **Corporativos**

Los valores corporativos son principios fundamentales que guían el comportamiento y las decisiones dentro de una empresa. Estos valores establecen las normas de conducta para todos los empleados y reflejan la cultura y la identidad de la organización (Cedeño et al., 2019).

Estos elementos representan los compromisos que una empresa asume hacia sus empleados, clientes y la población del lugar en el cual se establece. Ejemplos comunes incluyen la integridad, la innovación y la responsabilidad social (Saltos et al., 2022).

- **Individuales**

Los valores individuales son las creencias y principios que guían el comportamiento y las decisiones de una persona. Estos valores reflejan lo que una persona considera importante en la vida, como la honestidad, el respeto y la empatía (Cedeño et al., 2019).

Desde un punto de vista motivacional, impulsan las acciones y actitudes de una persona en su vida diaria y en su trabajo. Son fundamentales para definir el carácter y las prioridades de una persona, influyendo en su relación con los demás y en su desempeño profesional (Saltos et al., 2022).

#### **8.2.2.2.5. Políticas**

Las políticas son reglas, directrices o principios establecidos por la organización para guiar las decisiones y acciones de los empleados. Estas políticas aseguran que las operaciones diarias, el comportamiento del personal y las interacciones con clientes y proveedores sean consistentes y alineadas con los objetivos estratégicos y los valores de la empresa (Cevallos & Navarrete, 2023).

- **Políticas internas**

Las políticas internas son directrices establecidas por una organización para regular el comportamiento, las operaciones y las interacciones dentro de la empresa. Estas políticas abordan aspectos como el código de vestimenta, el uso de recursos de la empresa, y las normas de conducta en el lugar de trabajo (Cedeño et al., 2019).

Las políticas internas proporcionan un marco para la gestión de los empleados y la administración de los recursos, asegurando que todos los miembros de la organización actúen de manera coherente y alineada con los objetivos corporativos, dentro de este tipo se ven incluidas las políticas de recursos humanos, políticas de seguridad y políticas de confidencialidad (Cevallos & Navarrete, 2023).

- **Políticas externas**

Las políticas externas en un contexto empresarial son directrices que una empresa establece para gestionar sus relaciones e interacciones con entidades externas, como clientes,

proveedores, competidores, comunidades y el gobierno. Estas políticas definen cómo la empresa se posiciona y responde a cuestiones externas que pueden afectar su operación, imagen o cumplimiento regulatorio (Cevallos & Navarrete, 2023).

En el entorno organizacional estas políticas constituyen parámetros que establecen las normas y procedimientos para gestionar las relaciones externas de manera efectiva, asegurando que la empresa actúe de manera coherente y alineada con sus objetivos y valores en un contexto más amplio (Cedeño et al., 2019).

#### **8.2.2.2.6. Estrategias**

La estrategia es el conjunto de decisiones y acciones planificadas que una organización utiliza para alcanzar sus objetivos a largo plazo. Involucra la determinación de metas claras, la identificación de recursos necesarios, y la selección de los mejores métodos y caminos para competir eficazmente en el mercado, adaptándose a las condiciones cambiantes del entorno y superando a la competencia (Cevallos & Navarrete, 2023).

Una estrategia define de qué manera una organización alcanzará sus metas y objetivos a largo plazo, optimizando recursos y capacidades para obtener una ventaja competitiva. Su origen se remonta a conceptos militares antiguos, donde se usaba para planificar campañas y alcanzar victorias, y ha evolucionado para aplicarse en el mundo empresarial y otras áreas. Su importancia radica en su capacidad para proporcionar una dirección clara, coordinar esfuerzos y enfocados a los objetivos (Cedeño et al., 2019).

- **Plan de acción**

Un plan de acción es un documento que detalla las tareas y pasos específicos que una empresa debe llevar a cabo para implementar una estrategia o alcanzar un objetivo. Incluye qué acciones se deben tomar, quién es responsable de cada acción, los recursos necesarios (Cedeño et al., 2019).

Define claramente qué tareas deben realizarse, quién es responsable de cada tarea, los recursos requeridos, y los plazos para la ejecución. El plan de acción facilita la coordinación y el seguimiento del progreso, asegurando que las actividades se realicen de manera eficiente y eficaz para lograr los resultados deseados (Cevallos & Navarrete, 2023).

### 8.2.2.3. Estructura del plan estratégico

Según Narváez (2021) un plan estratégico constituye un proceso secuencial que se debe seguir de manera previa para plantear objetivos y formular estrategias, existen tres fases para el diseño:

- **Etapa 1. Establecimiento del direccionamiento estratégico:** en esa etapa se debe establecer de manera clara la misión, visión y valores, determinando como se ve la empresa en y cuáles son sus objetivos en un futuro la cual debe ser diseñado por la parte directiva de la organización.
- **Etapa 2 Diagnóstico de la situación actual:** es el punto inicial del proceso que consiste en el trabajo previo que debe realizarse con el propósito de formular e implementar estrategias eficaces, para este efecto es necesario, está conformado por: el análisis interno y externo.
- **Etapa 3: Selección de estrategias y establecimiento de objetivos:** en esta fase se propone un diagnóstico estratégico y se establece los objetivos que definen en el rumbo de la empresa través de criterios que deben cumplir los objetivos: conveniente, medible, factible, aceptable, flexibles, motivadores, comprensivos, participativos y complementarios.
- **Etapa 4. Cuantificación de los recursos necesarios:** posterior a la selección de estrategias y objetivos se procede a determinar los recursos que el plan estratégico requiere para su ejecución.

Acorde a Garay (2022) el proceso de la planificación estratégica está conformado por tres etapas bien diferenciadas:

- **Etapa 1. Determinar la situación actual:** en esta etapa se analiza la realidad de la organización donde se desenvuelve, sus limitaciones, alcances y demás situaciones.
- **Etapa 2. Implantación de las estrategias:** en esta etapa se debe analizar una correcta estructura organizacional, la asignación de recursos.
- **Etapa 3. Evaluación de las estrategias:** se trata de la medición del cumplimiento de los objetivos propuestos a través de indicadores.

En base al criterio de los autores se puede apreciar que la estructura fundamental para el diseño

del plan estratégico se asemeja porque inician con un diagnóstico preliminar, seguido de la implantación de las estrategias y concluir con la evaluación de las estrategias.

#### **8.2.2.4. Matriz FODA**

La matriz facilita la priorización de acciones y la alineación de recursos para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades, contribuyendo a una planificación más eficiente y a una mayor capacidad de adaptación a cambios en el entorno empresarial (Cevallos & Navarrete, 2023).

La Matriz FODA, es una herramienta estratégica que ayuda a identificar y evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización. Este análisis proporciona una visión integral de la situación interna y externa de la empresa, permitiendo desarrollar estrategias que aprovechen las fortalezas y oportunidades mientras se mitigan las debilidades y amenazas. Se organiza en cuatro cuadrantes: Fortalezas lo que la empresa hace bien, Debilidades áreas de mejora interna, Oportunidades factores externos que la empresa puede aprovechar y Amenazas riesgos externos que podrían afectar el éxito de la empresa (Saltos et al., 2022).

- **Análisis interno**

El análisis interno parte desde una evaluación interna de la organización con el objetivo de identificar sus debilidades y fortalezas en referencia al logro de los objetivos propuestos, obteniendo los factores críticos de mayor incidencia sobre el funcionamiento de la empresa, considerando que las debilidades son aquellas características acerca de los insumos, productos y procesos que no contribuyen para aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas, provenientes del contexto externo (Guayaquil, 2019).

- **Análisis externo**

Está conformado por las oportunidades y amenazas, que son variables que pueden afectar a la organización desde un ámbito social, cultural, político, económico, tecnológico y legal, estos aspectos las fuerzas del macro entorno se encuentran fuera del control de la empresa, resulta esencial el análisis de los factores externos aprovechar las oportunidades que emanan del exterior. Es parte fundamental de la planificación estratégica y está centrado en el examen del entorno externo para comprender el contexto en el cual operan, siendo un aspecto relevante para identificar las oportunidades y amenazas y se tome decisiones estratégicas informadas que

permitan prosperar y mantenerse competitiva (Saltos et al., 2022).

La matriz FODA es una herramienta valiosa por la información que puede aportar a la toma de decisiones estratégicas porque proporciona un marco estructurado para analizar los factores internos y externos que influyen en el éxito de la organización. Al identificar las fortalezas y debilidades internas, junto con las oportunidades y amenazas externas, los líderes empresariales pueden formular estrategias más informadas y efectivas.

#### **8.2.2.5. Objetivos estratégicos**

Los objetivos representan condiciones futuras que los individuos, grupos u organizaciones buscan alcanzar y deben especificarse en declaraciones escritas y, cuando sea posible, cuantificando los resultados esperados, mientras que las metas efectivas son específicas, alcanzables, medibles, orientadas a los resultados y limitadas en el tiempo; son declaraciones específicas y cuantificables que una organización se propone lograr a largo plazo, estos objetivos están diseñados para impulsar el cumplimiento de la misión y la visión de la organización y, a menudo, se alinean con sus valores fundamentales, entre las principales características, deben ser claros y detallados para evitar malentendidos, ser realistas y viables, teniendo en cuenta los recursos y las capacidades de la organización (González, 2020).

Las metas estratégicas son los resultados finales o logros específicos que una organización busca alcanzar a largo plazo, son más amplias que los objetivos y a menudo se componen de varios objetivos específicos, por lo que se puede manifestar que son una representación más amplia del éxito que se busca alcanzar y también deben tener un marco de tiempo definido para su logro (Saltos et al., 2022).

Entre las principales características se tiene que son amplias, debido a que abarcan múltiples áreas y aspectos de la organización, se centran en los resultados y logros finales deseados, siempre van alineadas con la Misión y Visión, por lo que deben contribuir a la realización de la misión y visión de la organización y finalmente deben motivar y movilizar a la organización hacia un logro significativo, es decir tiene que ser inspiradoras.

#### **8.2.3. Toma de decisiones**

Es una reflexión o análisis estructurado que implica identificar un problema, generar alternativas posibles, evaluar las alternativas, elegir la mejor opción, implementar la decisión y

evaluar los resultados. Este enfoque se basa en la lógica y el análisis sistemático (Sánchez et al., 2023).

Se trata de un proceso de selección basado en la intuición, experiencias previas y sentimientos internos, más que en el análisis detallado. Este tipo de toma de decisiones es común en situaciones de alta incertidumbre o cuando falta información completa (Lopez et al., 2020).

Las definiciones evocan que la toma de decisiones el proceso de elegir entre diferentes opciones para resolver un problema o alcanzar un objetivo, básicamente se trata de definir qué hacer en una situación, considerando las ventajas y desventajas que se tendría como resultado.

### **8.2.3.1. Importancia de la toma de decisiones**

En el contexto empresarial, la toma de decisiones es crucial para el éxito y la sostenibilidad de la organización. Los gerentes y líderes deben considerar múltiples factores, incluyendo los recursos disponibles, las tendencias del mercado, las necesidades de los clientes y los riesgos asociados. Herramientas como el análisis costo-beneficio, las matrices de decisión y los árboles de decisión ayudan a estructurar el proceso y proporcionan una base lógica para elegir la mejor alternativa. Además, la toma de decisiones en las empresas a menudo requiere la colaboración de diferentes departamentos y niveles jerárquicos para asegurar que todas las perspectivas relevantes sean consideradas (Sánchez et al., 2023).

La toma de decisiones no siempre es un proceso racional y sistemático, con frecuencia, las personas también recurren a la intuición y la experiencia previa, especialmente en situaciones de alta incertidumbre o cuando se dispone de información limitada (Lopez et al., 2020).

Las decisiones intuitivas pueden ser rápidas y efectivas, pero también conllevan el riesgo de sesgos y errores. Por ello, es importante equilibrar la intuición con el análisis crítico y la recopilación de datos cuando sea posible. En resumen, la toma de decisiones es una habilidad fundamental que combina el análisis lógico y la intuición para elegir la mejor opción en cada situación.

### **8.2.4. Empresa**

Una empresa es considerada una persona jurídica, lo que significa que tiene derechos y responsabilidades legales independientes de sus propietarios. Puede poseer activos, contraer deudas, celebrar contratos y ser demandada en un tribunal de justicia. Esta separación legal

protege a los propietarios de la responsabilidad personal por las deudas y obligaciones de la empresa, lo que fomenta la inversión y el crecimiento empresarial. La capacidad de una empresa para adaptarse a los cambios del mercado y mantenerse competitiva depende de su gestión eficiente y su capacidad para tomar decisiones estratégicas informadas (Campos, 2020).

Una empresa es una entidad organizada, dedicada a actividades económicas con el propósito de producir bienes o servicios para satisfacer las necesidades del mercado. Estas entidades pueden variar en tamaño, desde pequeñas empresas familiares hasta grandes corporaciones multinacionales. La estructura de una empresa puede incluir diferentes áreas funcionales, como administración, finanzas, producción y marketing, cada una con roles y responsabilidades específicas que contribuyen al logro de los objetivos empresariales (Garay, 2022).

Las empresas se clasifican en diversas categorías según su propiedad, tamaño y sector de actividad. Pueden ser privadas, cuando son propiedad de individuos o grupos de inversores, y operan con fines de lucro, o públicas, cuando son propiedad del gobierno y suelen tener objetivos de interés público además de los económicos. También existen empresas cooperativas, que son propiedad de sus empleados o clientes. Independientemente de su tipo, las empresas desempeñan un papel crucial en la economía al crear empleo, generar ingresos y fomentar la innovación.

#### **8.2.4.1. Características de la empresa**

Acorde a Tantalean (2022) Las empresas constituyen un pilar fundamental en el sistema económico actual, al impulsar la economía cumpliendo diversos roles en el transcurso de la historia y posee las siguientes características:

- Combinan el capital, trabajo, tecnología a través de los procesos de trabajo, relaciones sociales y técnicas.
- Desarrollo de actividades como la producción, distribución de productos y servicios.
- Efectúa una planeación ordenada de sus actividades en base a los objetivos a lograr sea en el ámbito social o económico.
- Favorece al crecimiento y desarrollo económico y social donde prevalece un ambiente competitivo y una modernización continua.
- Está basado en las nociones de riesgos, beneficio y mercado con una influencia del contexto externo.

Entre las características esenciales de una empresa es su capacidad de adaptación de las condiciones sociales, económicas y culturales del ambiente, impulsando el desarrollo económico, la generación de empleo y contribuyendo al PIB de la localidad, por ello es fundamental mantener una innovación y competitividad para enfrentar los desafíos del mercado (Quintana, 2020).

Las características esenciales de una empresa se evidencian al combinar el capital, trabajo, tecnología a través de los procesos de trabajo, relaciones sociales y desarrollar actividades productivas, de distribución de productos y servicio, para ello es necesario realizar una planeación ordenada de sus actividades en base a los objetivos a lograr sea en el ámbito social o económico. estos aspectos favorecen al desarrollo económico local y nacional.

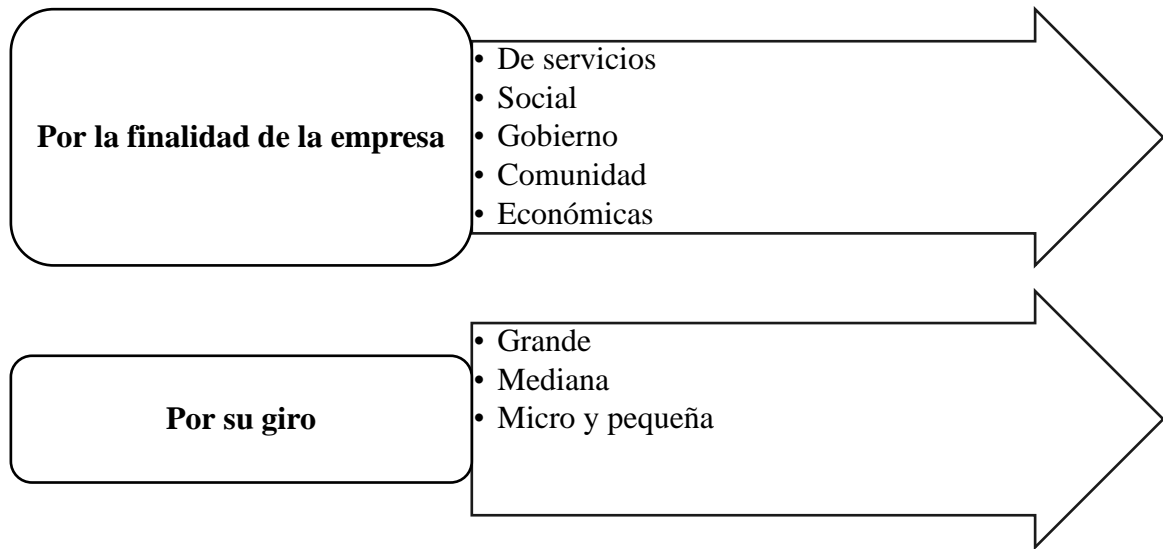
#### **8.2.4.2. Importancia de la empresa**

Las empresas desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico y social de cualquier región o país. Crean oportunidades de empleo, ofreciendo ingresos y estabilidad financiera a numerosas familias. Además, fomentan la innovación y el progreso tecnológico, desarrollando nuevos productos y servicios que elevan la calidad de vida. Su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) es notable, siendo fundamentales para el crecimiento y la prosperidad económica (Torrecilla et al., 2019).

La importancia de las empresas hace énfasis en la responsabilidad social y ambiental. Muchas adoptan prácticas sostenibles, disminuyendo su impacto ambiental y promoviendo el bienestar de la comunidad. También participan en iniciativas filantrópicas, apoyando causas sociales y mejorando la vida de las personas en las comunidades donde operan. La formación y el desarrollo profesional que ofrecen a sus empleados ayudan a crear un capital humano más capacitado y competitivo (Castillo et al., 2021).

Al analizar sobre la importancia de las empresas se pudo conocer que tienen un papel relevante en el desarrollo económico, social de una determinada zona territorial que favorece a la generación de nuevas fuentes de empleos que se traducen de más ingresos y estabilidad financiera para varias familias, además tienen un papel fundamental en la responsabilidad social y ambiental en vista que varias de estas empresas tienen como filosofía primordial estos fines.

### 8.2.4.3. Clasificación de las empresas



Fuente: (Torrecilla et al., 2019).

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros se dividen en:

- **Microempresa:** con una cantidad de 1-9 empleados y activos hasta \$100.000
- **Pequeña empresa:** de 10-49 empleados y activos que van desde los \$100.001-750.000.
- **Mediana empresa:** constituidas con 50 a 199 empleados y sus activos están entre \$750.001 y 3.999.999.

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

### **¿Qué debilidades se reflejaron en el análisis de la situacional interna y externa de la empresa JET AGUA?**

Las principales debilidades en la parte interna de la empresa fue no disponer de la misión, visión, y políticas internas, no disponer de un manual de funciones y organigrama en forma documental, identificando necesidades en cuanto a la diversificación de presentaciones y la mejora en la accesibilidad de los puntos de venta, factores que impactan directamente en la satisfacción del cliente.

### **¿Cuáles fueron las aspiraciones organizacionales definidas a través del direccionamiento estratégico que orientaron el funcionamiento de la empresa?**

Los elementos de direccionamiento estratégico de misión, visión y valores, se actualizaron en base a los objetivos y acciones de la empresa, tuvieron un énfasis en la alta calidad y seguridad de sus productos, así como en la mejora continua de sus procesos y tecnologías. La empresa estableció metas a largo plazo para expandir su presencia en el mercado y adoptó prácticas ecológicas para fortalecer su posición competitiva.

### **¿Cuáles fueron las estrategias que posibilitan el mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa JET AGUA?**

El plan estratégico sugerido para la empresa JET AGUA, estuvo conformado por la actualización de los elementos de direccionamiento estratégico y su respectiva socialización, la formulación de un organigrama y un manual de funciones, la capacitación del personal, además se formuló una secuencia para el desarrollo de alianzas estratégicas y la creación de elementos promocionales más llamativos, junto con iniciativas de responsabilidad ambiental que den a conocer más a la empresa y la marca.

## **10. METODOLOGÍA**

### **10.1. Tipo de Investigación**

#### **10.1.1. Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica, también conocida como investigación documental, es un tipo de investigación que se basa en la recopilación y análisis de información ya publicada, es decir esta información puede estar contenida en libros, artículos científicos, informes, tesis, entre otras fuentes (Romero et al., 2022).

En la investigación se utilizó este tipo de investigación para la recolección de la información secundaria asociada a las variables de estudio, en este caso los conceptos relacionados con el plan estratégico, los antecedentes investigativos y las teorías que abordan estos temas.

#### **10.1.2. Investigación descriptiva.**

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se centró en la descripción de un fenómeno o situación, el objetivo de la investigación descriptiva es proporcionar una descripción precisa y objetiva de la realidad, se utiliza para describir características, comportamientos, procesos, situaciones (Romero et al., 2022).

Se aplicó este tipo de investigación para la descripción de la problemática que presentó la empresa JET AGUA, también durante la descripción de los resultados que se obtuvo una vez que se efectuó la recolección de la información primaria.

### **10.2. Métodos**

#### **10.2.1. Método analítico**

El método analítico es un procedimiento que descompone un todo en sus elementos básicos, con el fin de estudiarlos de forma individual y comprender su funcionamiento, se considera parte de los métodos deductivo que parte de lo general a lo específico (Romero et al., 2022).

En el presente trabajo investigativo el mismo se empleó para analizar la información que se recolectó por medio de las fuentes primarias y secundarias con la finalidad de describirlos resultados y generar análisis, interpretaciones de resultados.

### **10.2.2. Método sintético**

El método sintético es un procedimiento que combina los elementos básicos de un todo para estudiarlo como un conjunto, es un método inductivo que parte de lo específico a lo general (Romero et al., 2022). En el presente estudio se aplicó para realizar la síntesis de los datos que se obtuvo mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de información.

### **10.2.3. Método estadístico**

El método estadístico es un procedimiento basado en la recopilación, el análisis y la interpretación de datos para obtener información sobre un fenómeno o población, es un método científico que se basa en la probabilidad y la estadística (Méndez, 2021).

El método estadístico resultó útil para el procesamiento de los datos, los cuales después de ser tabulados se ingresaron al programa Excel, esos datos permitieron el desarrollo de tablas y gráficos estadísticos que se presentaron junto con su respectivo análisis e interpretación.

## **10.3. Técnicas de recolección de información**

### **10.3.1. Encuestas**

Una encuesta es un método de investigación que consiste en la recopilación de datos a través de un cuestionario, el mismo que es un documento que contiene una serie de preguntas que se le hacen a los encuestados (Romero et al., 2022). Esta técnica de tipo estructurada se aplicó a los clientes de la empresa JET AGUA para la obtención de información de fuente primaria la cual sirvió de sustento para el diagnóstico situacional.

### **10.3.2. Entrevista**

Una entrevista es un método de investigación que consistió en una conversación entre el entrevistador y el entrevistado, aquí el entrevistador formula preguntas al entrevistado con el fin de obtener información sobre un tema determinado, se pueden clasificar en diferentes tipos, según el método de recopilación de datos, el número de participantes o el contexto en el que se realizan, los tipos más comunes de entrevistas son las entrevistas estructuradas, las entrevistas semiestructuradas y las entrevistas no estructuradas (Bernal, 2020). Se aplicó la entrevista al propietario de la empresa JET AGUA el Ing. Frazier Guevara Ortega, para obtener información

relevante de la empresa, se obtuvo datos cualitativos que enriquecieron el análisis de los factores internos y externos.

### **10.3.3. Censo**

El censo es una técnica de recolección de información que permitió orientarse a la totalidad de la población de estudio (Romero et al., 2022). En la investigación se aplicó a los empleados, es decir los involucrados directos que conocen la empresa y su funcionamiento, cuyos datos sirvieron para el diagnóstico de la situación actual.

## **10.4. Instrumentos de recolección de información**

### **10.4.1. Cuestionario**

Un cuestionario es un documento que contiene una serie de preguntas que se le hacen a los encuestados, las preguntas pueden ser abiertas, cerradas, mixtas o de opción múltiple (Romero et al., 2022). En este caso de estudio se realizó un cuestionario de entrevista con preguntas de carácter abierto, para la encuesta y el censo se diseñó respectivamente cuestionarios con preguntas con alternativas de selección, que permitieron indagar sobre la situación actual de la planificación estratégica y la toma de decisiones, en su conjunto los 3 instrumentos fueron validados por vía de expertos

### **10.4.2. Procedimientos**

La elaboración del proyecto tuvo punto de partida con la selección del tema, se procedió a la realización de las matrices de coherencia y operacionalización, definiendo los objetivos y se abordó la problemática. Se recabó información primaria del propietario, los empleados y los clientes de la empresa JET AGUA, una vez concluido aquel proceso se tabuló los datos, se realizó tablas y gráficos, los cuales se analizaron considerando los porcentajes más representativos para la identificación de tendencias entre los criterios recopilados, posteriormente se planteó el plan estratégico.

## **10.5. Población y muestra**

La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea obtener información, en el contexto de las encuestas, la población puede ser un grupo de personas, una organización o una comunidad (Méndez y Sandoval, 2021). La población objeto de análisis se conformó por el

gerente propietario el Ing. Frazier Guevara Ortega, los 7 empleados que prestan sus servicios laborales y dan operatividad al funcionamiento de la empresa y los 500 clientes que en promedio dispone JET AGUA actualmente.

**Tabla 3.** *Población de estudio*

<b>Población</b>	<b>Total</b>	<b>Técnica e instrumento</b>
Propietario	1	Entrevista
Empleados	7	Censo
Clientes	500	Encuesta
<b>TOTAL</b>	<b>508</b>	

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Fuente:** Empresa JET AGUA del Cantón La Maná

### 10.5.1. Muestra

Para el cálculo de la muestra de los clientes se tomó en consideración la información que proporcionó el propietario sobre el promedio de clientes que posee la empresa JET AGUA, que asciende a 500, se utilizó la siguiente fórmula, obteniendo el resultado que se mostró a continuación:

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

Donde:

<b>N</b>	<b>Tamaño de la población</b>	500 clientes
<b>Z<sup>2</sup></b>	Nivel de confianza	1.96
<b>p</b>	Nivel de atributo deseado	50%
<b>p</b>	Nivel de atributo deseado	50%
<b>e</b>	Nivel de error	5%
<b>n</b>	Tamaño de la muestra	¿

Reemplazando los datos en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 500}{0.05^2 (500 - 1) + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = \frac{480.20}{2,2079}$$

$$n = 217.49$$

La muestra acorde a los cálculos desarrollados fue de 217, por lo tanto, a dicha cantidad de clientes fue necesario encuestar.

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 11.1. Diagnóstico situacional interno y externo de la empresa JET AGUA

#### 11.1.1. Resultados de la entrevista aplicada al propietario de JET AGUA

Con el propósito de desarrollar un diagnóstico situacional interno y externo de la empresa JET AGUA mediante análisis, para identificar factores positivos y negativos que influyen en el rendimiento de la empresa se desarrolló una entrevista al Ing. Frazier Guevara, los resultados obtenidos se presentan a continuación:

**Tabla 4. Resultados de la entrevista al propietario**

Nº	Preguntas	Respuestas	Análisis
<i>Variable: Plan estratégico</i>			
	<b>Dimensión: Fase Filosófica</b>		
1	¿Se han establecido los elementos de direccionamiento estratégico (misión, visión, valores) de la empresa JET AGUA?	Si se han definido la misión, visión y valores para la empresa.	La empresa si dispone de un direccionamiento estratégico definido, sin embargo, el mismo no se ha socializado y exhibido de manera pública.
2	¿En qué medida los objetivos de la empresa JET AGUA fueron alcanzados en el último año?	Al ser una empresa reciente (2 años) estamos en proceso de cumplir los objetivos propuestos, como todo negocio o emprendimiento nos enfrentamos a dificultades con el aumento de la competencia de otras marcas que son más reconocidas, a día de hoy contamos con unos 500 clientes en promedio que	Se apreció la existencia de dificultades para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

		hacen sus pedidos de nuestros productos.	
3	¿Para el funcionamiento de la empresa se disponen de políticas que orienten el desempeño diario del personal administrativo y operativo?	Si se cuenta con políticas para orientar el desempeño diario, las mismas que se han socializado de manera verbal.	Los empleados no tienen acceso a un documento escrito y formalizado sobre las políticas para orientar el desempeño diario de sus actividades.
	<b>Dimensión: Fase Analítica</b>		
4	¿Qué métodos utilizan para la identificación de las principales fortalezas y debilidades internas que presenta la empresa a nivel interno?	Evaluación personal por medio del cliente que es el consumidor final.	En base a lo expresado se pudo apreciar que no poseen herramientas definidas para la identificación de las fortalezas y debilidades.
5	¿De qué manera se evalúa la competencia en el mercado y qué estrategias adopta JET AGUA para mantenerse competitiva?	Atención al cliente en la calidad del producto y las promociones. En la actualidad laboran 7 empleados en la empresa.	No se ha diseñado estrategias para evaluar la competencia en el mercado para mantener la competitividad.
6	¿De qué forma JET AGUA monitorea y se adapta a los cambios en el entorno económico, tecnológico y regulatorio?	Se monitorea mediante la inflación económica.	La respuesta reflejó desconocimiento de las herramientas estratégicas para monitorear el entorno de la empresa.
7	¿Se ha proporcionado al personal un manual de funciones con las actividades inherentes al	Esta herramienta si es importante y se ha diseñado de manera empírica un	Se pudo constatar que no se ha diseñado un manual de funciones de manera técnica

	<p>puesto de trabajo ocupado en la empresa, considera que esta herramienta es importante?</p>	<p>documento con sus funciones.</p>	<p>que sea socializado a los empleados.</p>
	<p><b>Dimensión: Fase operativa</b></p>		
8	<p>¿Mantiene constante comunicación con los colaboradores para favorecer la ejecución de las actividades planificadas?</p>	<p>Si, mediante el diálogo verbal con todos los empleados.</p>	<p>Se apreció que existe la predisposición de mantener una buena vía de comunicación, no obstante, no se realizan reuniones formales de manera periódica; además se mencionó que actualmente la empresa cuenta con 7 empleados.</p>
9	<p>¿Con qué frecuencia y cómo se realiza el seguimiento y evaluación de las actividades operativas para asegurar que se cumplan los objetivos establecidos?</p>	<p>Se efectúan evaluaciones de las actividades operativas con una frecuencia de 8 días.</p>	<p>Si se da cumplimiento a este ítem, no obstante, hay aspectos que mejorar, puesto que no existen archivos de estas evaluaciones.</p>
10	<p>¿De qué manera se planifica la asignación de los recursos y el tiempo necesario para cumplir con las labores correspondientes?</p>	<p>Realizamos las actividades conforme a los pedidos que surgen, la planificación a través de un listado de recorridos para los clientes.</p>	<p>La planificación es limitada, se realiza mediante el listado de recorrido de los clientes.</p>

<i>Variable: Toma de decisiones</i>			
<b>11</b>	¿Cómo evalúa la efectividad de las decisiones y su nivel de alineación con los objetivos a largo plazo de la empresa?	Como toda empresa tiene sus procesos con sus debilidades y fortalezas.	No se cuenta con indicadores ni métodos para medir estas variables en la empresa.
<b>12</b>	¿Cómo se identifica y evalúa la demanda del mercado para decidir sobre nuevos productos o mejoras en los existentes?	Mediante las recomendaciones de los consumidores.	Se apreció que las opiniones de los clientes juegan un aspecto clave para identificar y evaluar la demanda.
<b>13</b>	¿Qué factores considera al decidir sobre nuevas formas de distribución para los productos de Jet Agua?	Los factores de climatización de los furgones que distribuyen el producto.	Uno de los aspectos fundamentales para considerar la distribución de nuevos productos es la climatización de los furgones.
<b>14</b>	¿Estaría dispuesto a poner en práctica un plan estratégico que le permitiera mejorar el proceso de toma de decisiones en la empresa JET AGUA?	Si estoy dispuesto, porque a diarios se busca ofrecer un producto de mejor calidad.	Existió la disposición del propietario para el desarrollo de la propuesta del plan estratégico para JET AGUA.

**Fuente:** Entrevista al propietario de JET AGUA. La Maná. Junio 2024.

### *Análisis de los criterios vertidos en la entrevista*

- En referencia a la dimensión de la fase filosófica si se ha definido el direccionamiento estratégico, sin embargo, el mismo no ha sido socializado ni se muestra en un lugar visible de la empresa, tampoco se dispone con mecanismos que permitan analizar el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos. Otro aspecto relevante que se pudo

notar fue que hay acceso un documento formal donde se especifique las políticas sobre el desempleo diario de los empleados en la empresa.

- En la dimensión analítica se conoció que no se han definido herramientas técnicas para la identificación de las fortalezas y debilidades y tampoco mecanismos ni indicadores de manera técnica para evaluar la competencia en el mercado, otro hecho relevante es un bajo nivel de conocimiento sobre las herramientas estratégicas que permitan monitorear el entorno.
- En la dimensión de la fase operativa se aprecia se apreció que existe la predisposición de mantener una buena vía de comunicación, no obstante, no se realizan reuniones formales de manera periódica, también se pudo apreciar que existe una buena planificación para la asignación recursos a través del listado de los recorridos de los clientes, otro de los aspectos clave de los resultados de la entrevista fue saber que hay una buena predisposición para el desarrollo del plan estratégico para la empresa JET AGUA.

### 11.1.2. Resultados del censo a los empleados de la empresa JET AGUA

**Dimensión:** Fase filosófica

#### 1. ¿Se ha establecido y socializado la misión y visión de la empresa JET AGUA?

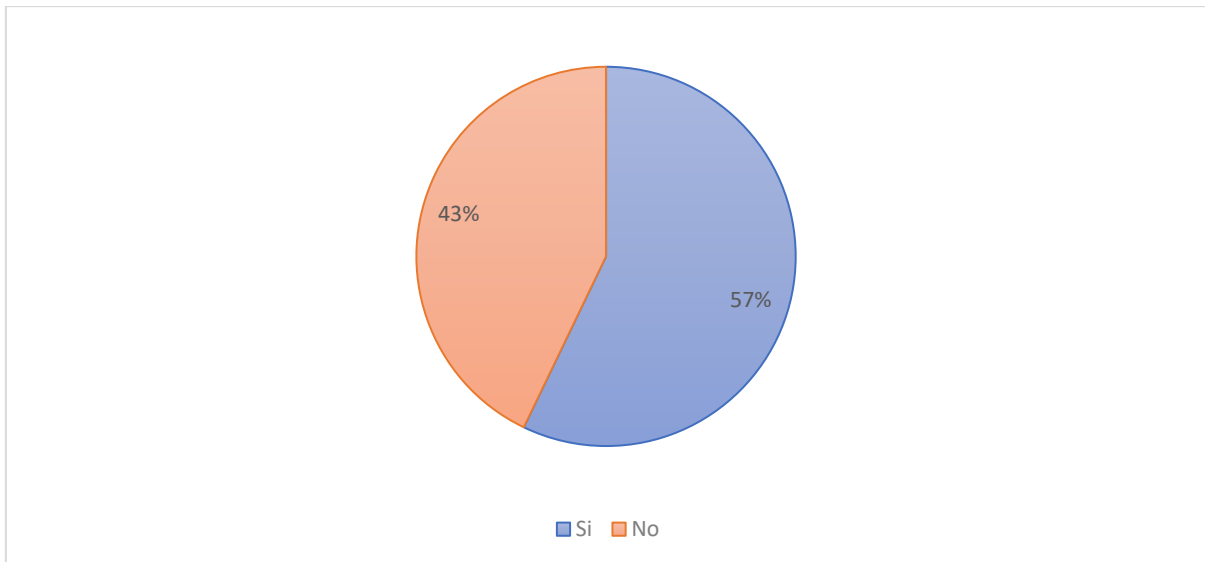
**Tabla 5. Socialización de la misión y visión**

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	4	57%
No	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 2. Socialización de la misión y visión**



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### **Interpretación y análisis:**

La aplicación del censo, permitió indagar sobre la existencia de la misión y visión: de acuerdo al 57% de los empleados la empresa si disponen de aquellos elementos, el 43% sostuvo que no. Los resultados dieron a conocer que el personal de la empresa JET AGUA afirmó que, si existen los elementos de direccionamiento estratégico mencionados, no obstante, desconocen su contenido, puesto que no se ha realizado una reunión de socialización dando a conocer la misión y visión, a pesar de que estos elementos deberían ser colocados en un lugar visible de las instalaciones de la empresa; generalmente aquello sucede al no considerar los beneficios que supone dichos componentes del direccionamiento estratégico.

## 2. ¿Disponen de valores y políticas formalmente documentadas que orienten el desempeño del personal?

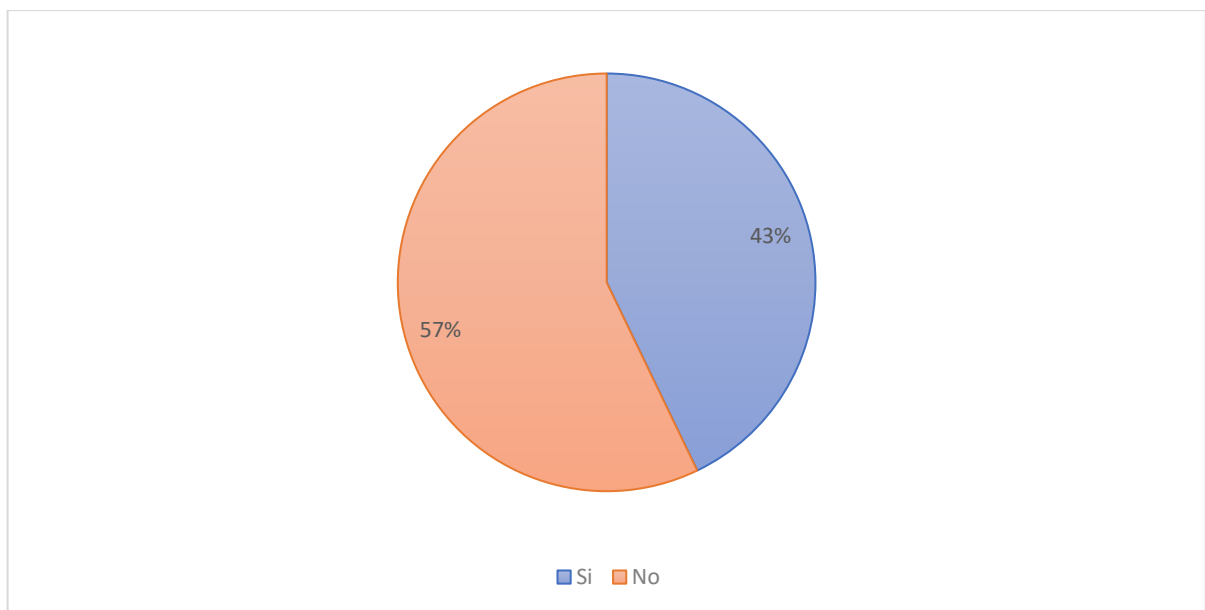
**Tabla 6.** Existencia de los valores y políticas documentadas

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	3	43%
No	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 3.** Existencia de los valores y políticas documentadas



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

Con la aplicación del censo al personal, se dio a conocer que el 43% mencionó que disponen de valores y políticas, el otro 57% respondió que no. Se concluye que en la empresa JET AGUA una cantidad mayoritaria de empleados desconoce si al realizar sus labores deben orientar su comportamiento en determinados valores y políticas; esta situación demostró la necesidad de documentar formalmente esos elementos de direccionamiento estratégico, porque permitirían contar con un marco de actuación en el día a día de la empresa.

### 3. ¿La empresa cuenta con objetivos claramente establecidos que guíen las prácticas y decisiones diarias?

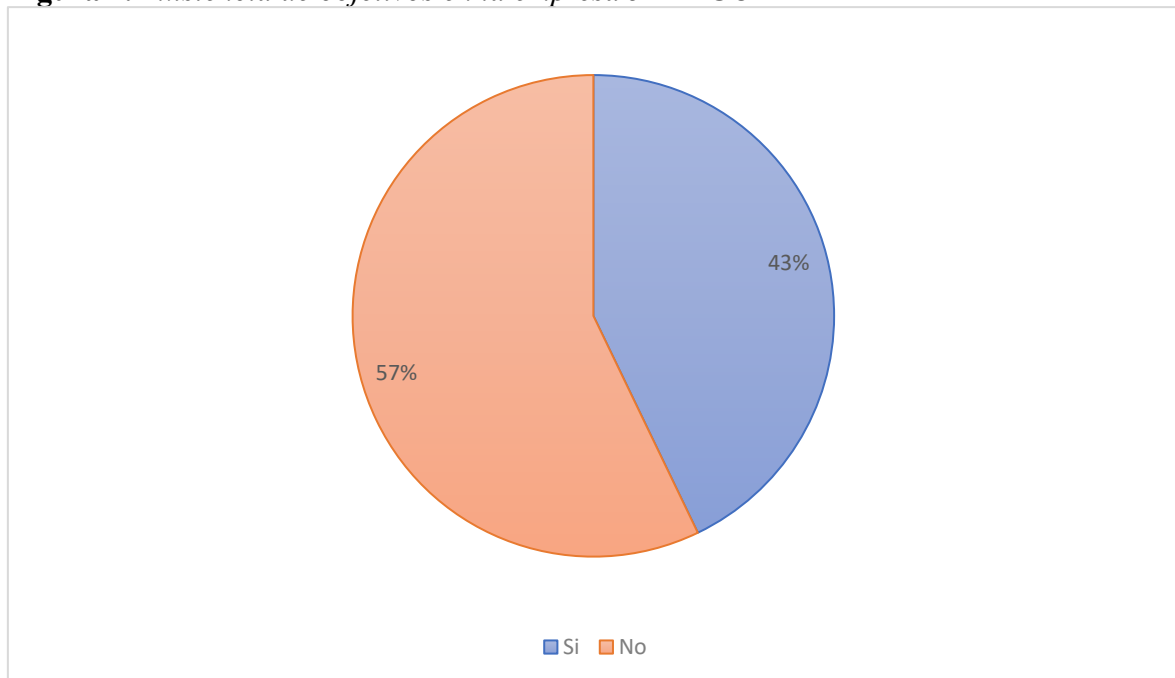
**Tabla 7.** Existencia de objetivos en la empresa JET AGUA

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	3	43%
No	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 4.** Existencia de objetivos en la empresa JET AGUA



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### Interpretación y análisis:

Por medio del censo aplicado al personal, se cuestionó si la empresa cuenta con objetivos que guíen las prácticas y decisiones diarias, se obtuvo los siguientes resultados que se mostraron en la figura: el 43% respondió que sí, el 57% mencionó que no. Por lo tanto, se sintetiza que la empresa JET AGUA no ha determinado sus objetivos en forma clara, así lo afirmó la mayoría del personal. Estos resultados evidenciaron la necesidad de transmitirlos a todos los empleados, a fin de encaminar correctamente los esfuerzos individuales, haciéndolos partícipes de lo que se pretende alcanzar en el corto y largo plazo.

**Dimensión: Fase Analítica**

**4. ¿Crees que JET AGUA identifica y aborda sus fortalezas y debilidades internas?**

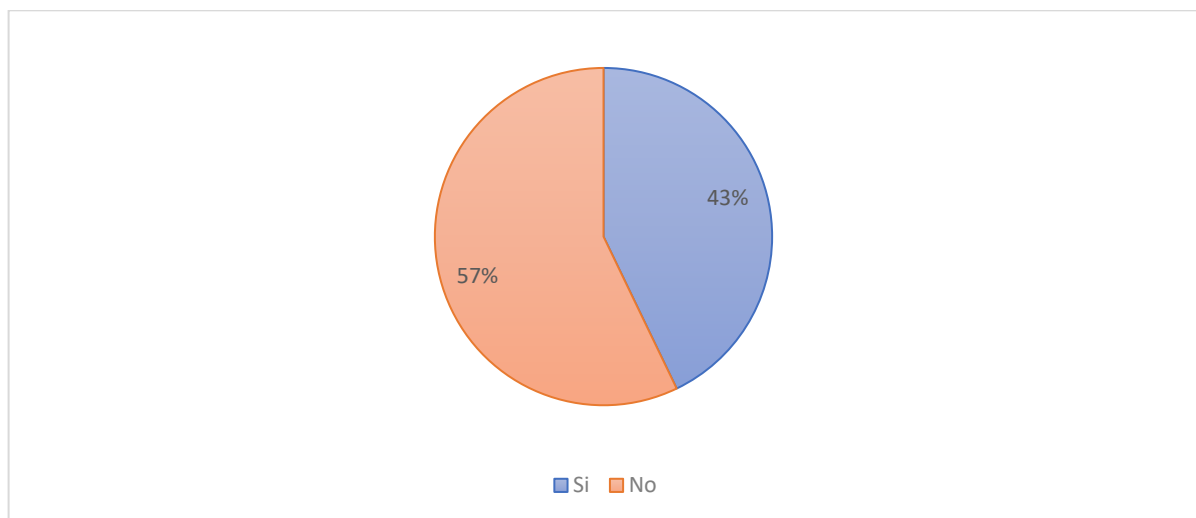
**Tabla 8.** *Identificación de las fortalezas y debilidades internas*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	3	43%
No	1	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 5.** *Identificación de las fortalezas y debilidades internas*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

En la figura se reflejó la información obtenida en el censo sobre la identificación de las fortalezas y debilidades de la empresa: el 43% del personal expresó que sí, el 43% tal vez y el 57% expresó que no. Esta situación dejó en claro la necesidad de poner mayor énfasis en el análisis de los factores internos, porque de esa manera es posible saber qué aspectos tiene a favor JET AGUA y cuáles son esos puntos que presentan cierta inconsistencia para trabajar sobre ellos, de manera que no afecten al logro de objetivos empresariales a corto y largo plazo.

**5. ¿Con qué frecuencia se evalúa la capacidad de competitividad de la empresa JET AGUA en el mercado frente a otras empresas similares?**

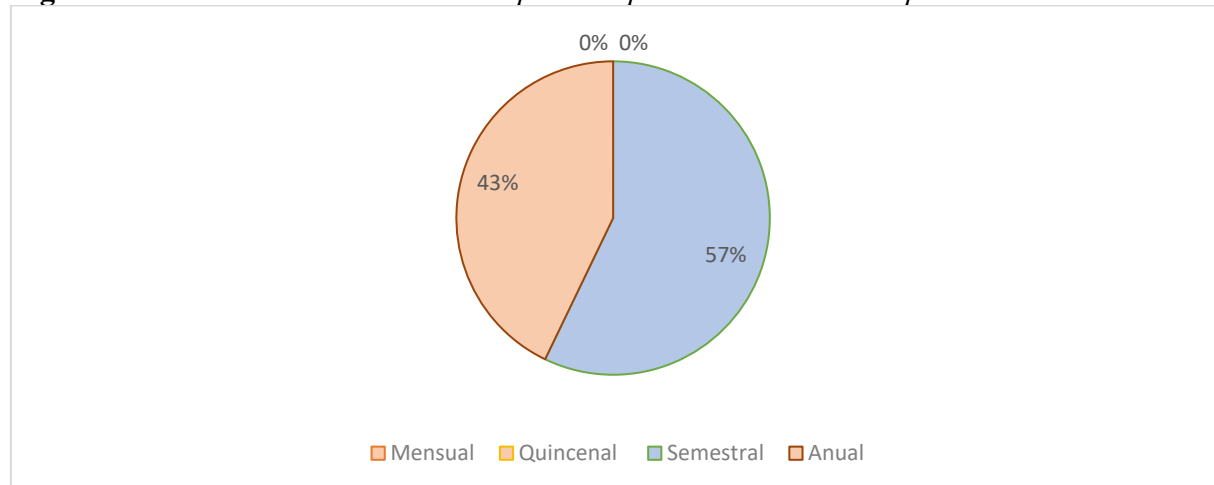
**Tabla 9.** Evaluación continua de la capacidad para mantenerse competitiva

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Mensual	0	0%
Quincenal	0	0%
Semestral	3	43%
Anual	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 6.** Evaluación continua de la capacidad para mantenerse competitiva



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

A través de los datos arrojados en el censo, sobre la aplicación continua de evaluaciones de la capacidad competitiva de JET AGUA en el mercado: el 57% del personal respondió anual y el 43% semestralmente. De lo anterior sobresale que la mayor parte de empleados sostienen que se analiza la capacidad competitiva cada año; por lo tanto, es necesario considerar que se evalúe con mayor frecuencia la situación de la empresa respecto a otros establecimientos de expendio de agua, a fin de establecer comparaciones que permitan analizar qué aspectos podría optimizar para brindar un mejor servicio y ganar espacio entre los consumidores del cantón La Maná.

**6. ¿Cuál de los siguientes mecanismos se utiliza para monitorear las necesidades de los clientes que permitan establecer estrategias adecuadas?**

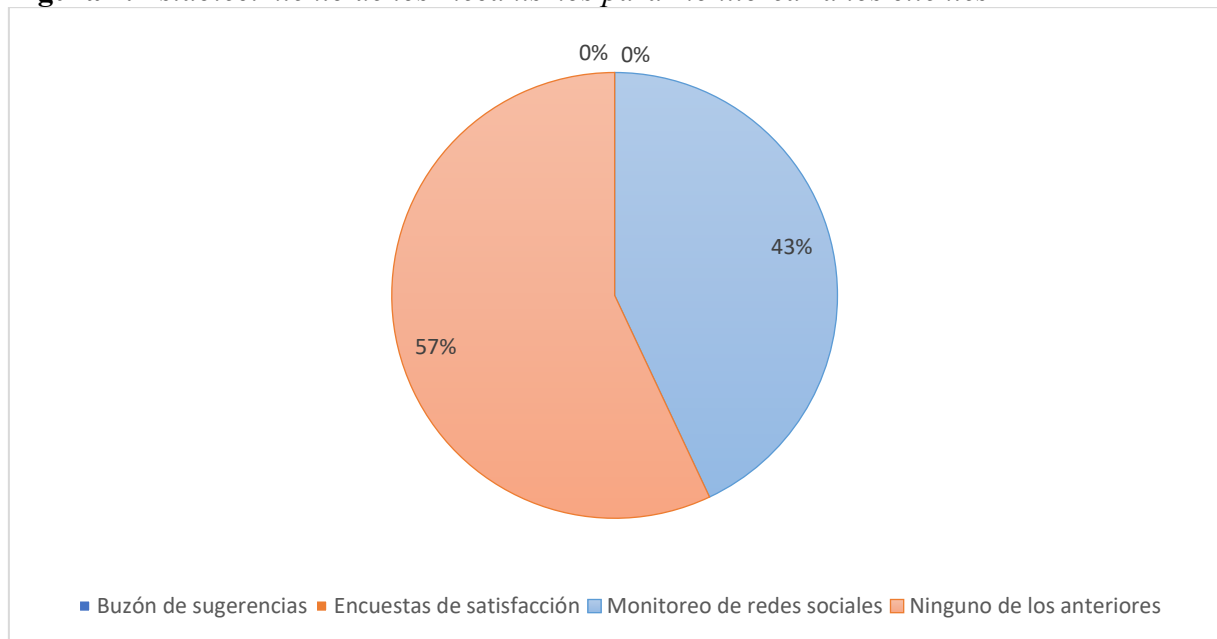
**Tabla 10.** *Establecimiento de los mecanismos para monitorear a los clientes*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Buzón de sugerencias	0	0%
Encuestas de satisfacción	0	0%
Monitoreo de redes sociales	3	43%
Ninguno de los anteriores	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 7.** *Establecimiento de los mecanismos para monitorear a los clientes*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

En la figura se expuso los resultados obtenidos sobre el establecimiento de mecanismos para monitorear las necesidades de los clientes: el 57% del personal de la empresa expresó que ninguno de los mecanismos se utiliza, el 43% respondió que el monitoreo por redes sociales. Sobresale que la mayoría de personal señaló que no se aplica ningún mecanismo para monitorear a los consumidores; es importante poner mayor énfasis en la obtención de datos sobre los gustos y preferencias, porque ello le posibilitará planificar estrategias que permitan adaptarse a esas tendencias que se imponen en el mercado del cantón La Maná.

## Fase Operativa

### 7. ¿Los planes de acción específicos y su implementación son comunicados oportunamente?

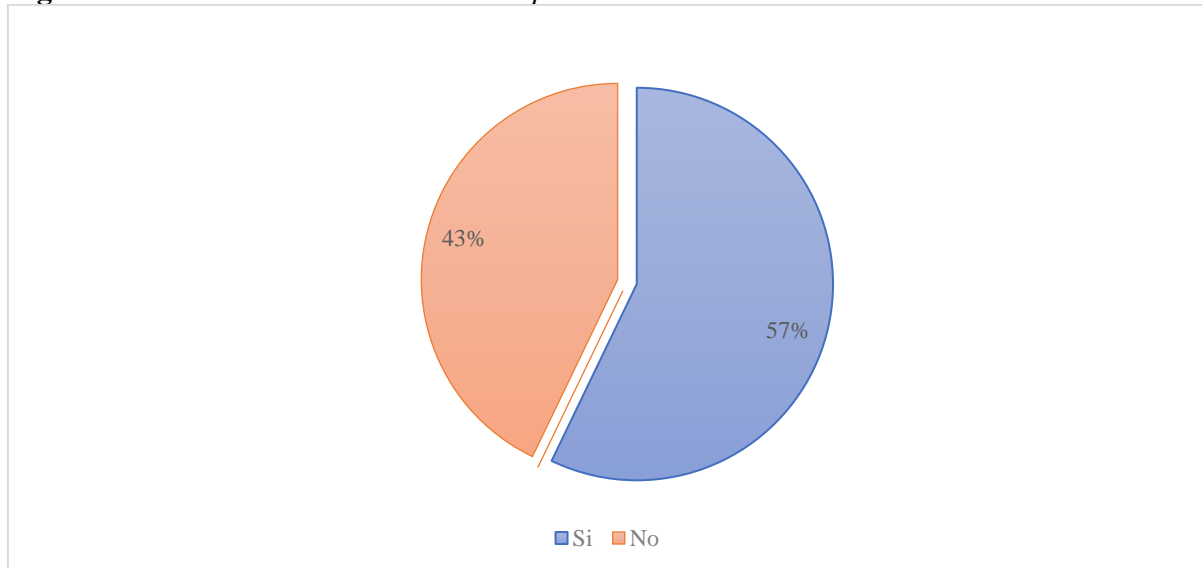
**Tabla 11.** *Comunicación clara sobre los planes de acción*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	4	57%
No	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 8.** *Comunicación clara sobre los planes de acción*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

En la figura se visualiza los resultados, respecto a la comunicación existente en la empresa: el 57% del personal al que se aplicó el censo respondió que los planes de acción han sido dados a conocer oportunamente y el 43% señaló que no. Los datos obtenidos en esta pregunta mostraron que la mayoría de personal coincide en que el propietario si da a conocer los planes, esto se debe a que a los empleados son parte importante para la ejecución de las actividades de JET AGUA, por ello mantiene comunicación frecuente sobre los planes de acción que se desarrollan en la empresa, los cuales deben orientarse al cumplimiento de sus objetivos.

### 8. ¿Qué indicadores se utilizan para determinar el nivel de cumplimiento de las labores correspondientes al personal?

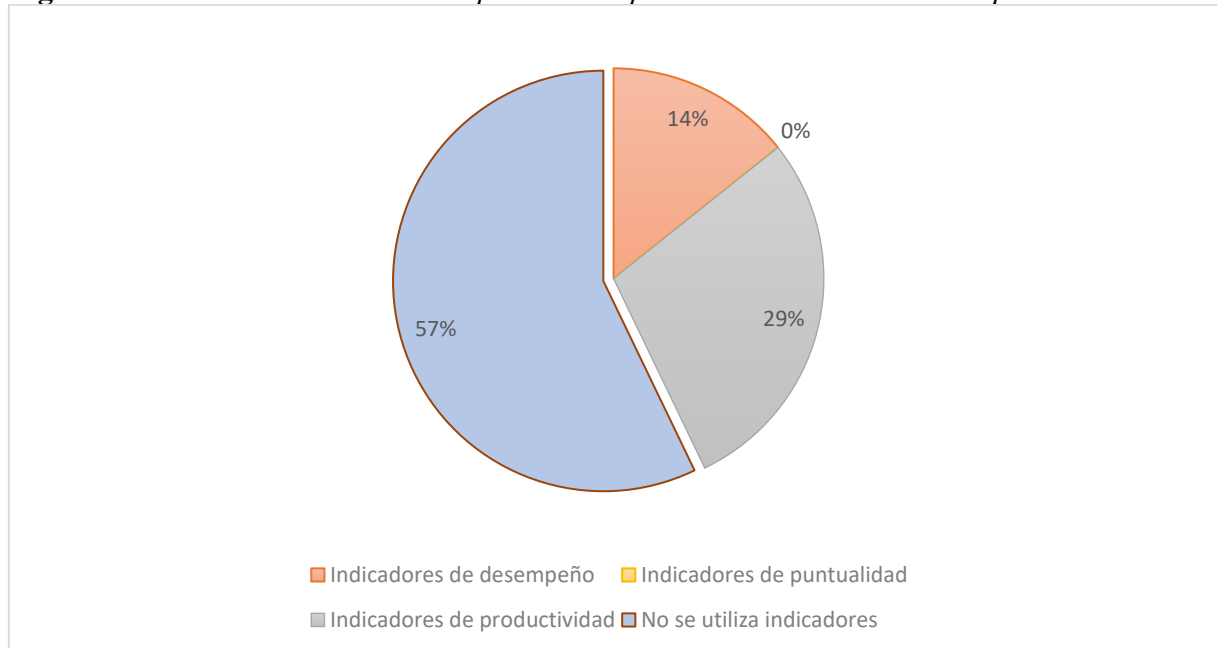
**Tabla 12.** Existencia de indicadores para el cumplimiento de las labores del personal

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Indicadores de desempeño	1	14%
Indicadores de puntualidad	0	0%
Indicadores de productividad	2	29%
No se utiliza indicadores	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 9.** Existencia de indicadores para el cumplimiento de las labores del personal



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### Interpretación y análisis:

De la totalidad del personal de la empresa JET AGUA, se registró que el 57% contestó que no se establecen indicadores para determinar el nivel de cumplimiento de las labores correspondientes al personal, mientras que el 29% respondió productividad y el 14% de desempeño. Los datos anteriores reflejaron que la mayor parte del personal afirma que no se dispone de indicadores para medir el cumplimiento de sus labores, aquello se debe a un manejo empírico, mismo que impide que se conozca si realmente el personal es productivo en cuanto al cargo ocupado en la empresa.

**9. ¿En la empresa JET AGUA se dispone de materiales publicitarios que permitan la promoción de los productos?**

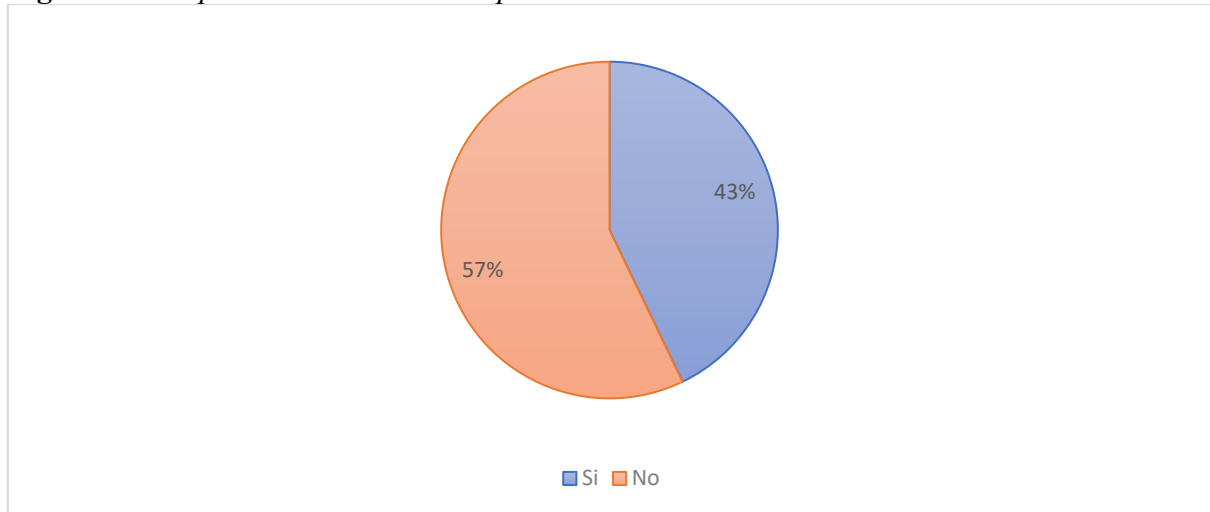
**Tabla 13.** *Disposición de materiales publicitarios*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	3	43%
No	4	57%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 10.** *Disposición de materiales publicitarios*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

En observación a los resultados del censo, se expone que el 57% del personal respondió que no tiene a disposición materiales y el 43% respondió que si los tienen. La mayoría del personal de la empresa JET AGUA expresó que se carece de estos materiales necesarios que permitan la promoción de los productos; esto se debe a limitaciones en la planificación, debido a ello no se ha establecido estrategias que permitan dar a conocer la marca JET AGUA en el mercado del cantón La Maná y otros sectores más.

**10. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones que le permitan incrementar sus conocimientos y habilidades para un mejor desempeño en la empresa AGUA JET?**

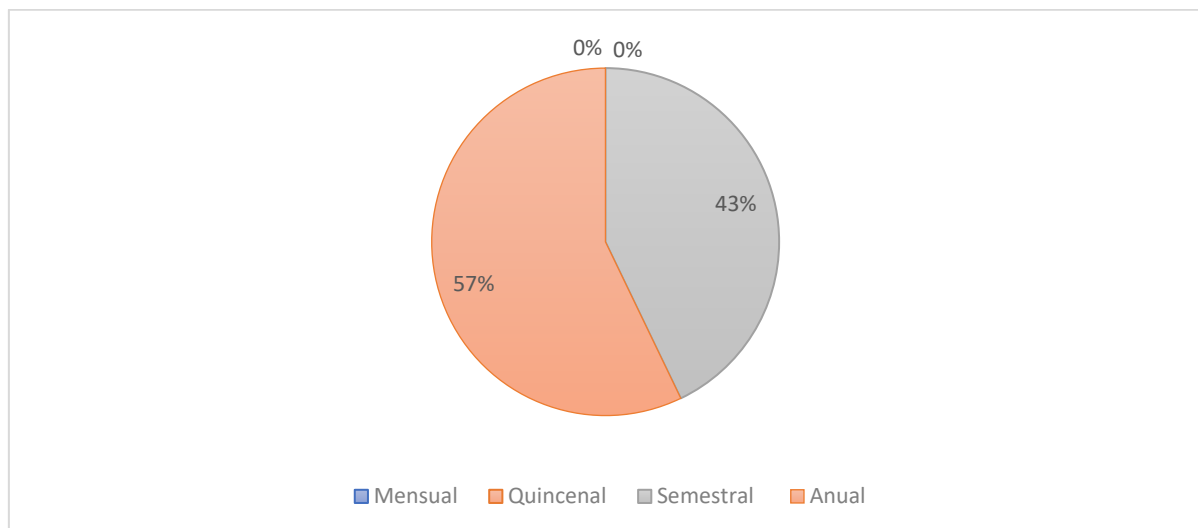
**Tabla 14.** *Capacitaciones para incrementar su conocimiento y habilidades*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Mensual	0	0%
Quincenal	0	0%
Semestral	4	57%
Anual	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 11.** *Capacitaciones para incrementar su conocimiento y habilidades*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

Por medio de los resultados del censo expuestos en la figura, se determinó que el 57% del personal de la empresa lo ha recibido capacitaciones con una frecuencia anual, el 43% semestralmente. De lo anterior sobresale que la mayor parte de los empleados ha sido capacitado una vez por año es decir en forma esporádica; por lo tanto, sería importante dar mayor énfasis a la formación del personal, porque actualmente la mayoría de empleados no ha sido capacitado, con este tipo de acciones sería posible incrementar los conocimientos del personal que a su vez influirían en forma positiva sobre la forma en que realizan sus labores en JET AGUA.

## Toma de decisiones

### 11. ¿Las decisiones que se toman en la empresa JET AGUA son adecuadas?

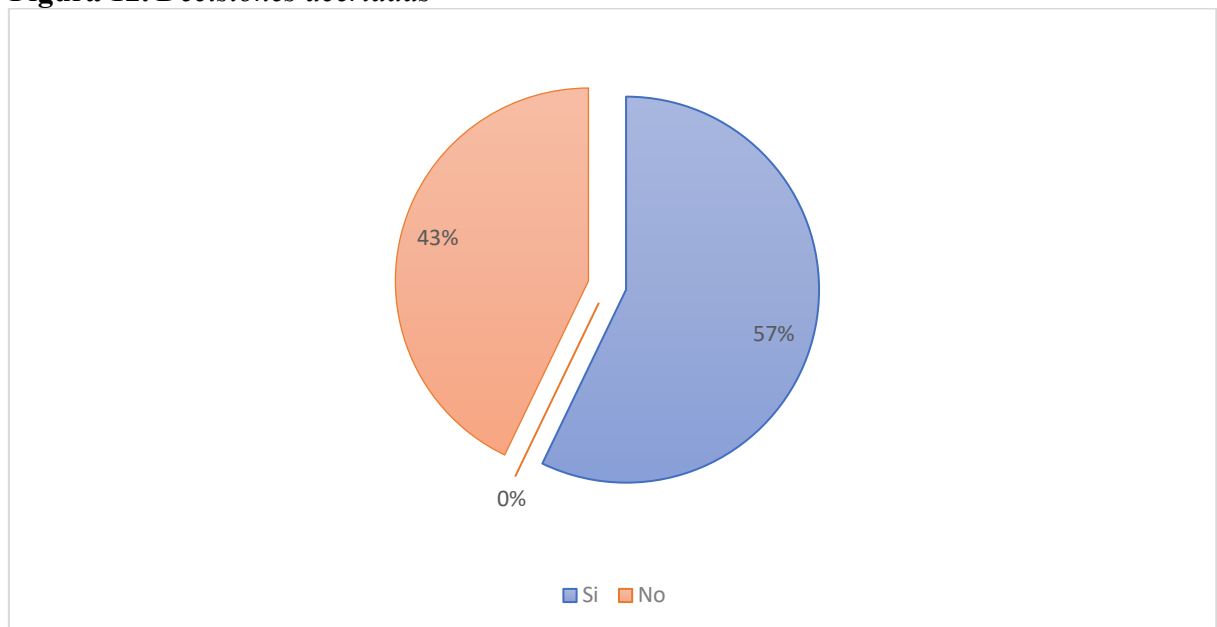
**Tabla 15.** Decisiones acertadas

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	4	57%
No	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 12.** Decisiones acertadas



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

Al indagar sobre las decisiones que se toman en la empresa JET AGUA el 57% de los empleados consideró que si son adecuadas y el 43% de los empleados consideró que no lo son; los valores obtenidos en el censo permitieron resaltar que la mayoría de los empleados tienen una opinión buena sobre el proceso de toma de decisiones en la empresa JET AGUA, no obstante no hay que perder de vista ni minimizar la opinión de los censados restantes, porque puede encerrar algunas deficiencias en este proceso, mismas que pueden ser mejoradas.

## 12. ¿Se considera las opiniones y necesidades de los empleados antes de implementar cambios importantes?

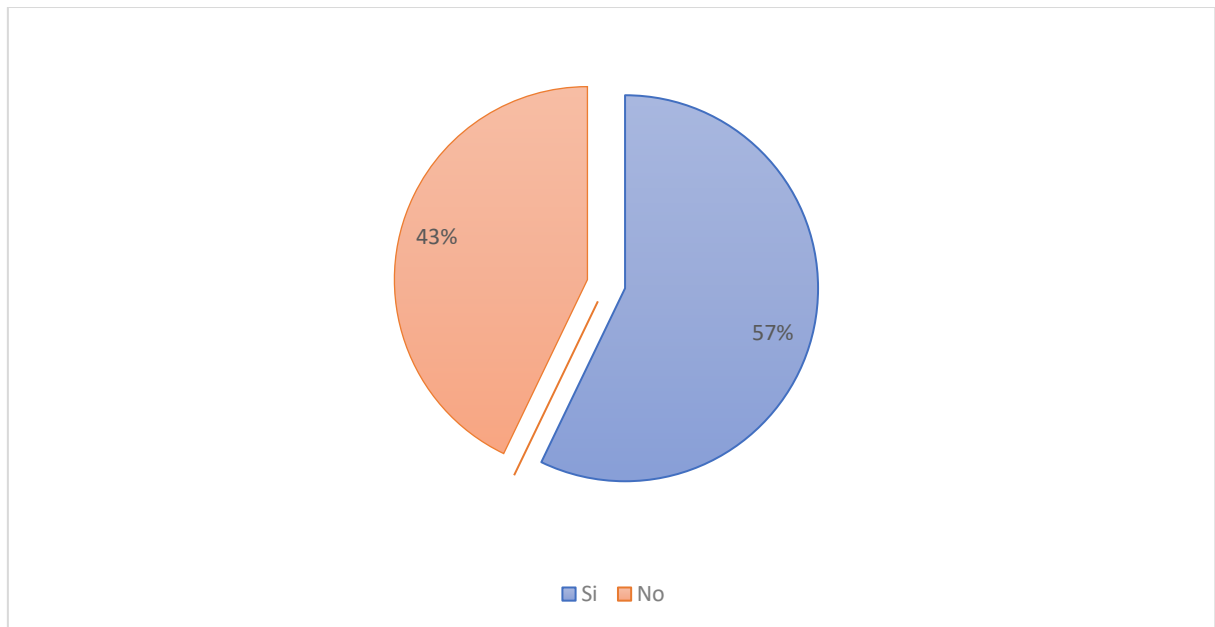
**Tabla 16.** *Inclusión de las opiniones de los empleados en los cambios importantes*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	4	57%
No	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 13.** *Inclusión de las opiniones de los empleados en los cambios importantes*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

Al preguntar a los empleados si sus opiniones y necesidades son consultados por parte de la empresa previa la implementación de cambios el 57% respondió que sí y el restante el 43% dijo que no lo hacen. De lo anterior se pudo deducir que un alto porcentaje de los empleados si se sienten parte de la empresa de manera activa porque consideran que sus opiniones si son tomados en cuenta para la toma decisiones importantes, aspecto que es positivo para elevar el nivel de compromiso del personal con los objetivos que aspira la empresa a alcanzar; aquello demostró el interés de parte del propietario por acoger los criterios del personal.

### 13. ¿Considera que el manejo de los recursos económicos en la empresa AGUA JET es óptimo?

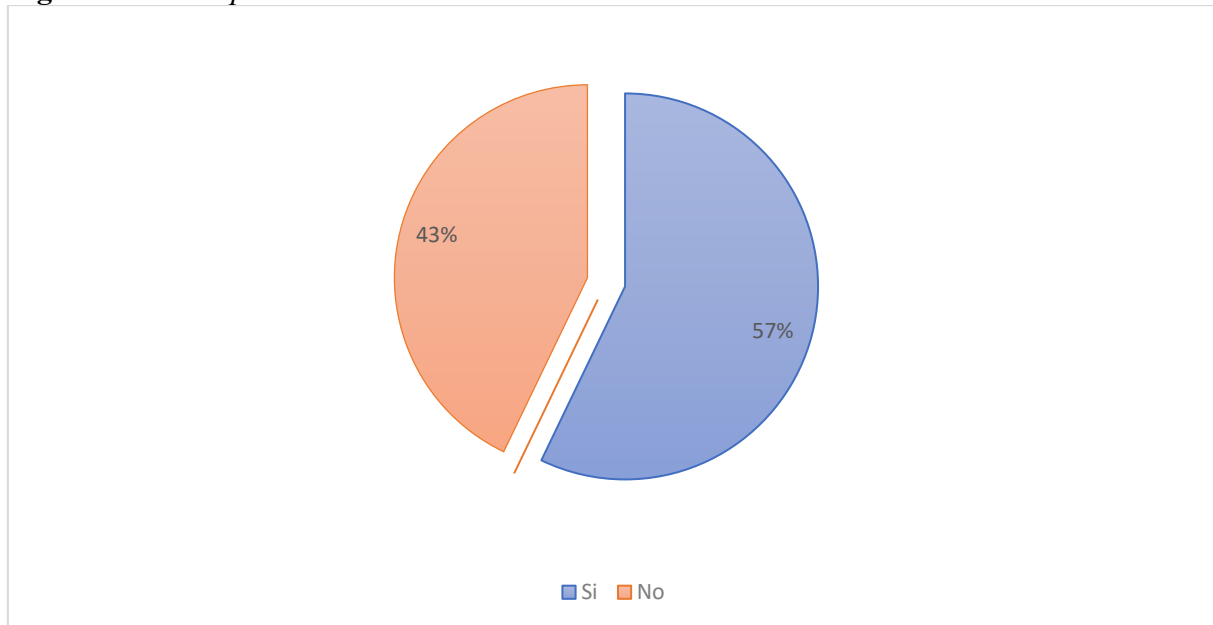
**Tabla 17.** *Uso óptimo de recursos*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	4	57%
No	3	43%
<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 14.** *Uso óptimo de recursos*



**Fuente:** Censo a los empleados de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### **Interpretación y análisis:**

La información desprendida del censo, que se muestra mediante la figura, dio a conocer que el 57% del personal opinó que el uso de los recursos en la empresa JET AGUA es adecuado, el 43% manifestó que no lo es. En consecuencia, los datos anteriores resaltan que el manejo de los recursos acorde a la mayor parte de empleados es óptimo, puesto que se destina de forma racional a las diferentes operaciones de la actividad económica. Sin embargo, podría ser priorizada con la asignación de recursos para el mejoramiento del producto, para ello es vital que el propietario cuente con información que le permita mantener una toma de decisiones adecuada.

### 11.1.3. Análisis y presentación de los resultados de las encuestas a los clientes JET AGUA

#### Dimensión: Producto

#### 1. ¿La calidad de los productos de JET AGUA satisface sus expectativas de consumo?

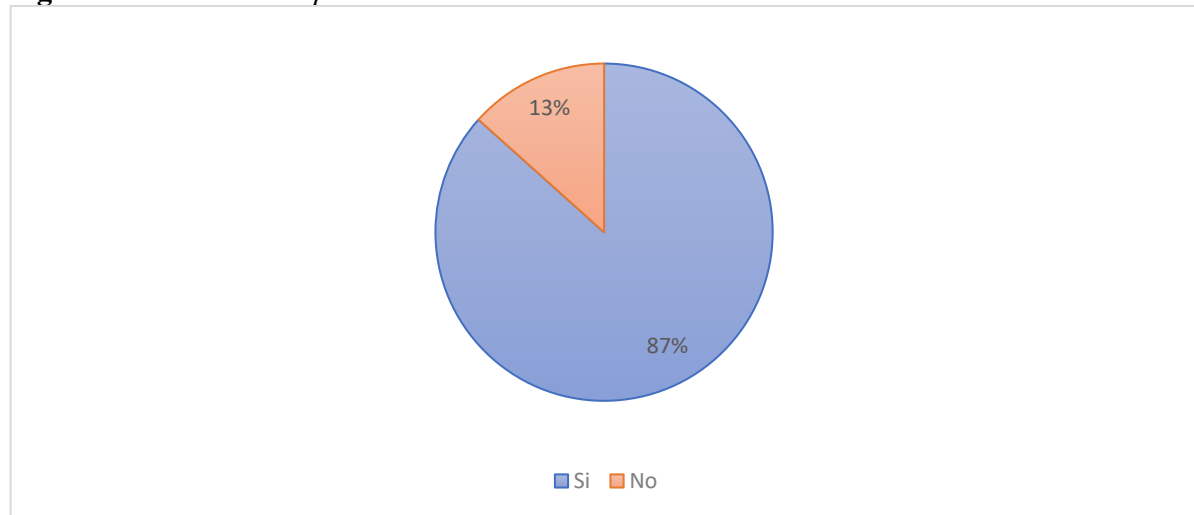
**Tabla 18.** *Calidad del producto*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	188	87%
No	29	13%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 15.** *Calidad del producto*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### Interpretación y análisis:

En los resultados, respecto a la satisfacción de la calidad del agua en los productos: del 100% correspondiente a 217, el 87% respondió que sí y el 13% manifestó que no satisface. Los datos anteriores dejaron en evidencia que la mayor cantidad de clientes se encuentra satisfecho con la calidad del producto que la empresa JET AGUA comercializa en el cantón La Maná, esto se refleja en el cumplimiento del correspondiente permiso del ARCSA, esto constituye uno de los factores favorables que debería ser potenciado a fin de convertirlo en una fortaleza superior en relación a la competencia de otras empresas.

## 2. ¿De las siguientes presentaciones cuál adquiere con mayor frecuencia en la empresa JET AGUA?

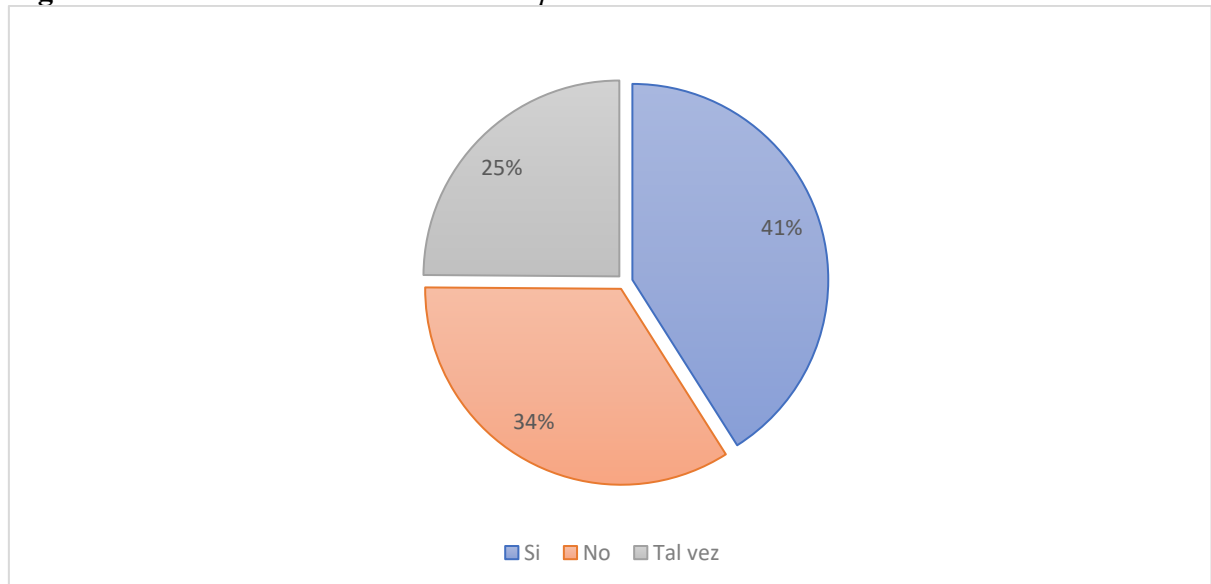
**Tabla 19.** *Variedad de presentaciones*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Botellas pequeñas 500 ml	89	41%
Botellas medianas 1.5 litros	74	34%
Botellón 20 litros	54	25%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 16.** *Incremento de la variedad de presentaciones*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

En referencia a la pregunta sobre que los productos que son más adquiridos en la JET AGUA el 41% respondió botellas pequeñas 500 ml, el 34% botellas medianas 1.5 litros y el 25% dijo que compra los botellones de 20 litros. El análisis de los porcentajes de productos más adquiridos en JET AGUA muestra una preferencia por las botellas pequeñas de 500 ml, que representan mayor parte de las ventas; esto se debe a que los consumidores valoran la conveniencia y portabilidad que ofrecen estas botellas, posiblemente debido a su facilidad de transporte y uso en situaciones cotidianas.

### 3. ¿El logo y slogan de los productos que ofrece la empresa JET AGUA le resultan atractivos?

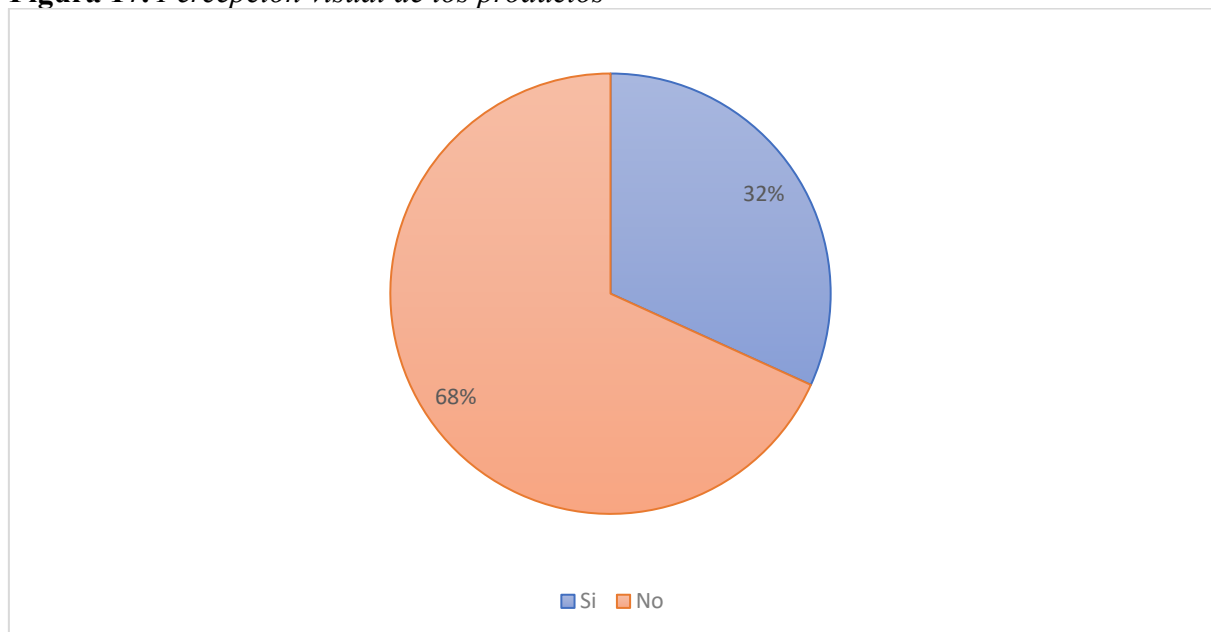
**Tabla 20.** *Percepción visual de los productos*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	69	32%
No	148	68%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 17.** *Percepción visual de los productos*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### **Interpretación y análisis:**

Los resultados estuvieron divididos de la siguiente manera, acorde a los criterios de los clientes en cuanto al logo y slogan de JET AGUA: el 68% respondió que no le parecen atractivos y el 32% dijeron que sí. Los datos permitieron conocer que un alto porcentaje de clientes considera que estos elementos visuales no llaman su atención, entonces podrían ser mejorados, porque esto denota una desconexión entre la identidad visual de la marca y las expectativas o preferencias, ya que una imagen de marca atractiva y resonante es fundamental para diferenciarse en un mercado competitivo.

**Dimensión: Precio**

**4. ¿Cuál es el precio que generalmente paga por una botella de agua en la presentación de 500 ml?**

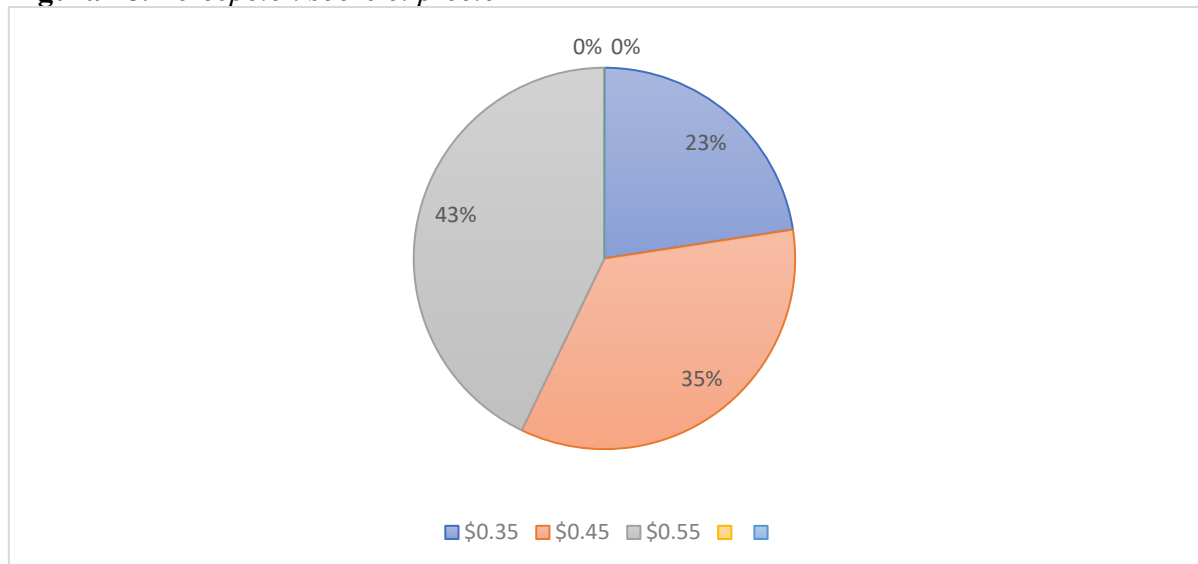
**Tabla 21.** *Percepción sobre el precio*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
\$0.35	49	23%
\$0.45	75	35%
\$0.55	93	43%
\$0.65	0	0%
\$0.75	0	0%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 18.** *Percepción sobre el precio*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

Al indagar sobre el precio que generalmente los clientes acostumbran pagar por una botella de 500 ml de agua, se obtuvo los siguientes resultados: del 100% correspondiente a 217: el 43% respondió que paga \$0.55, el 35% \$0.45 y el 23% manifestó que paga \$0.35. El análisis de los resultados revela que el precio más comúnmente pagado por los clientes para una botella de 500 ml es \$0.55, puesto que la mayoría de clientes eligió esta opción. Esto indica que casi la mitad de los consumidores están dispuestos a pagar este precio, lo que podría reflejar una percepción de valor o simplemente el precio estándar en el mercado.

**5. ¿Considera usted que la relación calidad-precio de los productos de JET AGUA es adecuada?**

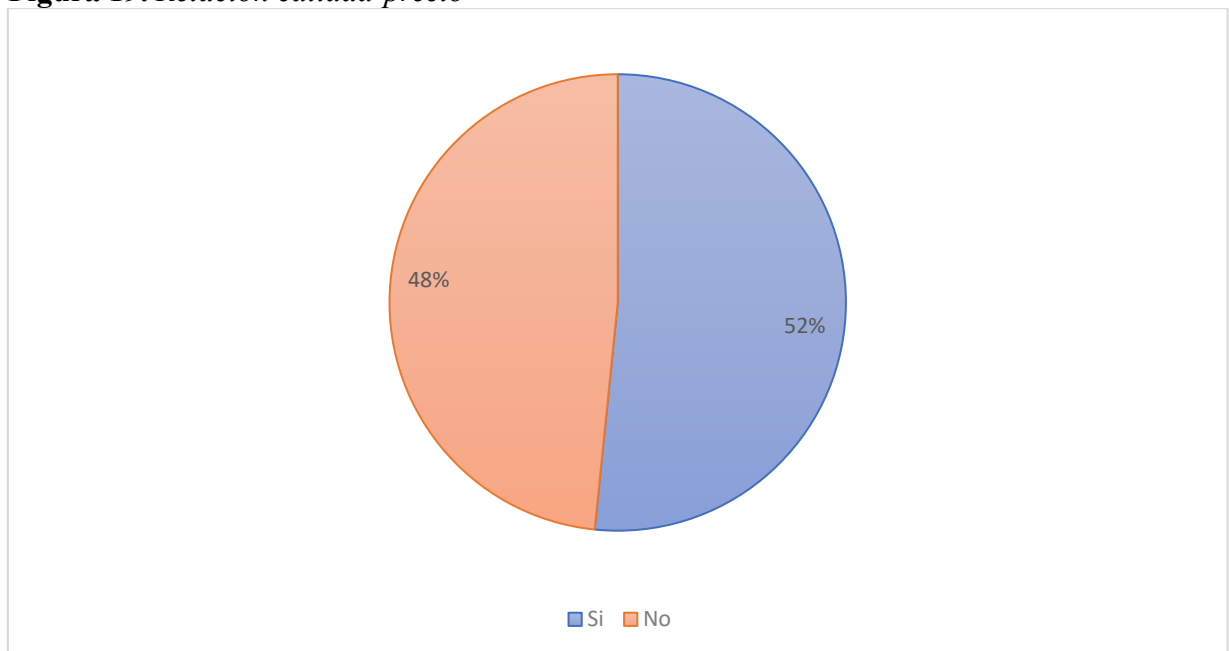
**Tabla 22.** *Relación calidad-precio*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	112	52%
No	105	48%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 19.** *Relación calidad-precio*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Interpretación y análisis:**

Los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los clientes de la empresa, mostraron que el 52% considera que la relación calidad-precio de los productos es adecuada, en tanto que el 48% restante señaló lo contrario. Estos porcentajes indican que una mayoría de los clientes está satisfecha con el equilibrio entre el costo y la calidad ofrecida en JET AGUA, este resultado es positivo, ya que refleja que más de la mitad de los consumidores perciben que están obteniendo un producto que cumple con sus expectativas considerando el precio.

## Plaza: Distribución

### 6. ¿Los puntos de venta de la empresa Jet Agua son accesibles y convenientes?

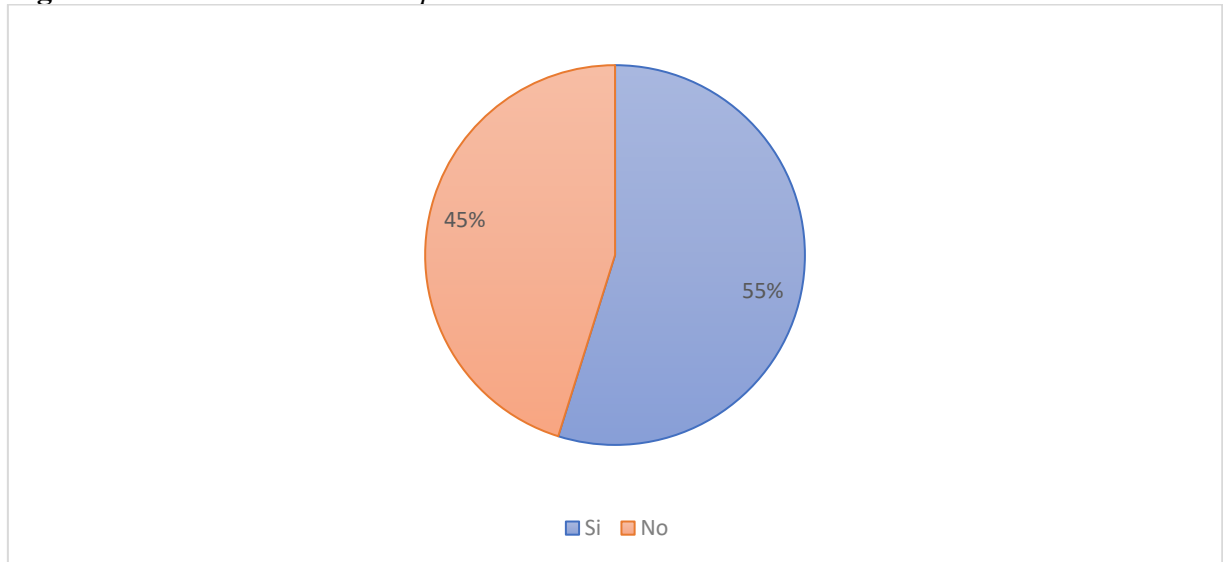
**Tabla 23.** *Accesibilidad de los puntos de ventas*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	119	55%
No	98	45%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 20.** *Accesibilidad de los puntos de ventas*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

Los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes, sobre los puntos de venta de la empresa JET AGUA, expusieron lo siguiente: el 55% de los clientes respondió que sí son accesibles y convenientes, el 45% dijo que no. De lo anterior se pudo conocer que los sitios de expendio de los productos están ubicados en lugares estratégicos con afluencia de consumidores, debido a ello la mayor parte de clientes señaló que si se le facilita realizar sus compras; es importante mencionar que gran parte de los clientes son distribuidores del producto.

## 7. ¿El servicio de entrega a domicilio que ofrece la empresa es ágil y oportuno?

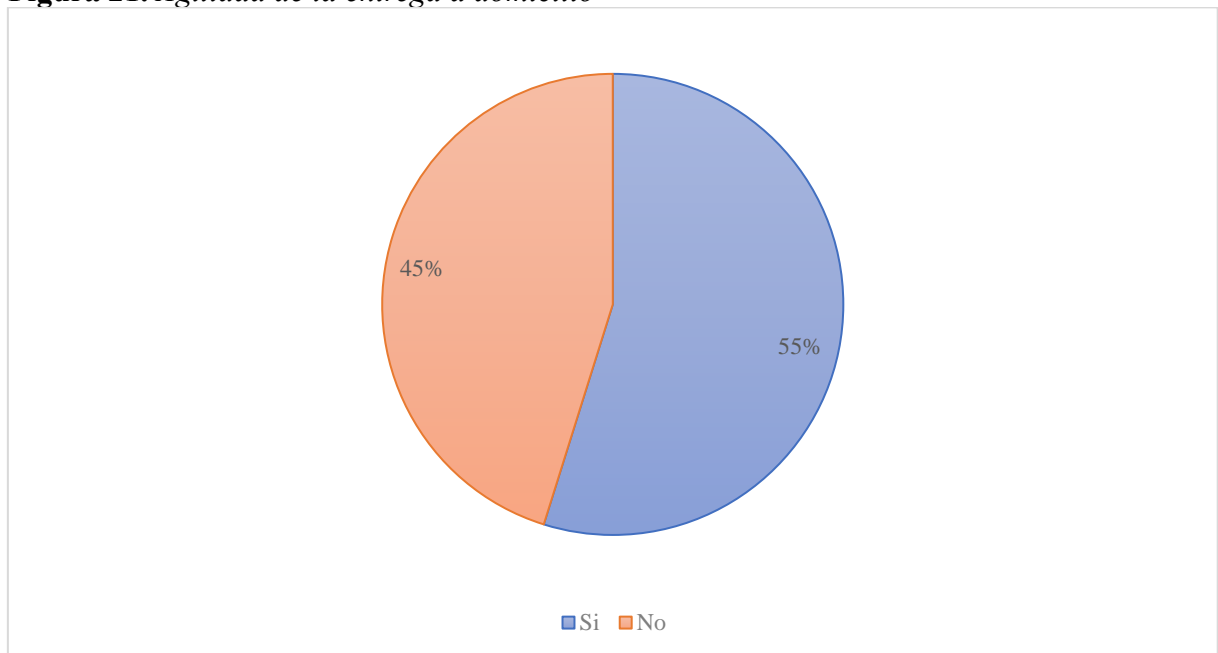
**Tabla 24.** *Agilidad de la entrega a domicilio*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	120	55%
No	97	45%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 21.** *Agilidad de la entrega a domicilio*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Interpretación y análisis:

Según los resultados de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada de 217 clientes: el 55% mencionó que el servicio de entrega a domicilio que ofrece JET AGUA es ágil y oportuno, mientras que el 45% respondió que no lo era. De lo anterior sobresale la mayor cantidad de clientes tienen una percepción favorable sobre la entrega a domicilio, se trata de una fortaleza que puede situarla por encima de otras empresas competidoras, aquello explica que gran parte de los clientes tuvieron una percepción positiva sobre el servicio; no obstante, también se destaca la necesidad de reforzar aquel servicio para mejorar la satisfacción del cliente y aumentar la percepción positiva.

### Dimensión: Promoción

#### 8. ¿De las siguientes promociones cuál le resultaría más llamativa y le gustaría que se implementara en JET AGUA?

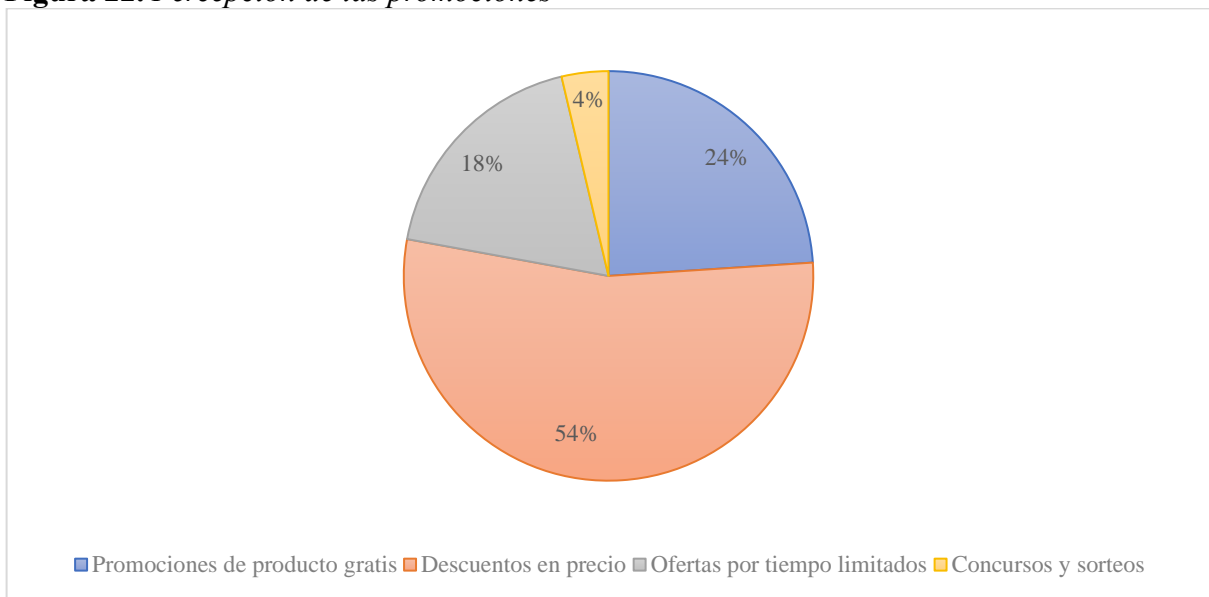
**Tabla 25.** *Percepción de las promociones*

Opciones de respuesta	Valor absoluto	Valor porcentual
Promociones de producto gratis	52	24%
Descuentos en precio	117	54%
Ofertas por tiempo limitados	40	18%
Concursos y sorteos	8	4%
<b>Total:</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 22.** *Percepción de las promociones*



**Fuente:** Encuestas a los clientes de la empresa JET AGUA.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### Interpretación y análisis:

De la totalidad de encuestas aplicadas a la muestra de 217 clientes, sobre las promociones el 54% respondió que prefiere descuentos en el precio, el 24% promociones en producto gratis, el 18% ofertas por tiempo limitado y el 4% concursos y sorteos. La mayoría de clientes consultados prefiere descuentos en precio, esta tendencia en el mercado se debe a la valoración e importancia que tiene la obtención de productos a un costo más bajo de manera inmediata, ya que los descuentos ofrecen una forma clara y directa de ahorrar dinero en cada compra.

#### **11.1. 4. Conclusiones del censo y la encuesta**

A pesar de contar con la misión y visión en la empresa, no se ha logrado comunicar eficazmente estos elementos a los empleados, el 57% mencionó que no se ha establecido mecanismos de monitoreo de las necesidades de los clientes, en la misma medida se carece de indicadores para la determinación del cumplimiento de las labores del personal, la mayoría de ellos recibe capacitaciones con una frecuencia anual, si se consideran las opiniones y necesidades de los colaboradores antes de implementar cambios importantes.

La mayor parte de clientes se muestra satisfecho con la calidad del agua que ofrece JET AGUA, lo que refleja que el producto cumple con las expectativas de los consumidores, de las presentaciones que dispone la empresa las botellas pequeñas 500 ml tienen mayor aceptación entre los consumidores, sobre la percepción visual de los productos particularmente del logo y slogan resultan poco llamativos para el 68%, sobre el precio que acostumbran pagar los clientes por una botella de agua de 500 ml resaltó \$0.55, en cuanto a los puntos de ventas fueron calificados como convenientes y accesibles.

En relación a las promociones, se evidenció preferencia por los descuentos en el precio dejando en claro que el ahorro inmediato es una prioridad para los consumidores, este dato resalta la necesidad de implementar estrategias de descuentos más frecuentes y atractivas para captar y mantener la lealtad del cliente, se resaltó que la mayor cantidad de clientes tienen una percepción favorable sobre el servicio de entrega a domicilio


## 11.2. Propuesta

### 11.2.1. Título:

Plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná

### 11.2.2. Información general de la empresa

A continuación, se presentó la información y datos relevantes sobre la empresa y generalidades de la propuesta:

	
<b>Nombre de la empresa</b>	JET AGUA
<b>Propietario</b>	Ing. Frazier Guevara Ortega
<b>Cantidad de personal</b>	7 empleados
<b>Régimen tributario</b>	RIMPE
<b>Tipo de contribuyente</b>	Persona natural
<b>Tipo de empresa según tamaño</b>	Microempresa
<b>Actividad económica</b>	Producción y comercialización de aguas minerales y otras aguas
<b>Cantón</b>	La Maná
<b>Provincia</b>	Cotopaxi
<b>RUC</b>	1203412404001
<b>Inicio de actividad económico</b>	2001
<b>Investigadora</b>	Chicaiza Salazar Dayanna Mireya
<b>Institución auspiciante</b>	Universidad Técnica de Cotopaxi

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### 11.2.3. Antecedentes

La empresa JET AGUA, fundada en el año 2001, de la mano de su propietario el Ing. Frazier Guevara Ortega se ha consolidado en el mercado local del cantón La Maná bajo el régimen de RIMPE como persona natural, su actividad económica se fundamenta en un sólido compromiso con la calidad de su producto. A lo largo de los años, ha demostrado crecimiento, adaptándose a las demandas del mercado.

**Figura 23.** *Instalaciones de la empresa JET agua*



### 11.2.4. Introducción

La empresa JET AGUA, establecida en el año 2001, opera bajo el régimen de RIMPE como persona natural, ha demostrado crecimiento en el mercado local del cantón La Maná gracias a su compromiso con la calidad y el servicio al cliente. Sin embargo, en un entorno competitivo y en constante cambio, es esencial contar con un plan estratégico que guíe sus operaciones y potencie sus fortalezas. Esta propuesta busca proporcionar un rumbo claro, direccionado a la toma de decisiones, que permita al propietario y empleados la optimización de recursos y el fortalecimiento de su competitividad en el mercado.

La propuesta se estructuró en varias fases, la primera permitió establecer la misión, visión, valores y políticas que orientarán todas las actividades de la empresa. Luego, se realizará un diagnóstico del entorno interno y externo mediante matrices FODA, de Factores Internos y de Factores Externos cuyo conocimiento es vital para la empresa, para identificar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Después, se elaboró una matriz de estrategias con los datos

derivados del FODA. Finalmente, se estableció indicadores de desempeño y un presupuesto para medir y controlar la implementación del plan estratégico.

Los resultados de la propuesta permitieron consolidar una herramienta vital para la toma de decisiones y la implementación de acciones en función de los objetivos establecidos, los recursos que posee JET AGUA, así como las exigencias de los clientes que finalmente son quienes determinan la sostenibilidad de esta empresa en el mercado.

#### **11.2.5. Objetivos de la propuesta**

- **General**

Desarrollar un plan estratégico mediante un diagnóstico estratégico y la selección de un curso de acción para el mejoramiento de la toma de decisiones en la empresa JET AGUA.

- **Específicos**

Realizar un diagnóstico pormenorizado del contexto interno y externo de la empresa JET AGUA en base a la información actualizada que se recopiló del propietario, colaboradores y clientes.

Analizar los elementos de direccionamiento estratégico actuales de la empresa JET AGUA, para que sean actualizados y socializados con el personal.

Seleccionar las mejores estrategias que permitan el mejoramiento del funcionamiento de la empresa JET AGUA, considerando sus aspectos fuertes y débiles.

#### **11.2.6. Justificación**

La propuesta de un plan estratégico para la empresa JET AGUA se fundamenta en la necesidad de mejorar la toma de decisiones en un entorno empresarial en constante cambio, donde cada vez surgen más establecimientos económicos que pretenden sobresalir, de modo que entran en un ambiente creciente de competencia, el cual demanda de las empresas capacidad de ajuste a las preferencias de los clientes.

Justamente esas condiciones conducen a la necesidad de contar con una dirección estratégica clara y basada en un entendimiento profundo de su situación actual; por ello realizar un diagnóstico del contexto interno y externo de la empresa representa la primera piedra para

mejorar. La recopilación y análisis de información actualizada del propietario, colaboradores y clientes para identificar los factores que afectan el rendimiento de JET AGUA, en esta medida se revelaron tanto las fortalezas como las debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas que se encuentran latentes en el ámbito externo.

Por su parte el análisis de los elementos de direccionamiento estratégico actuales de JET AGUA es necesario para asegurar que estos sean pertinentes y reflejan concretamente qué es la empresa, sus aspiraciones, los valores a través de los cuales se forja la identidad empresarial. La actualización y socialización de esta herramienta con el personal garantiza que todos los colaboradores comprendan y compartan la visión, misión y objetivos de la empresa. A más de esto tener claridad en la dirección estratégica también facilita una mejor coordinación y ejecución de las actividades diarias, mejorando la eficiencia operativa.

La selección de las mejores estrategias, se elaboró considerando sus aspectos fuertes y débiles, aquella etapa del plan estratégico representa la adaptación de la empresa hacia los clientes. Al identificar y priorizar las estrategias que mejor se ajusten a las capacidades y necesidades de la empresa, aprovechando sus recursos y el hecho que el producto que ofrece es de consumo masivo y prioritario. Los resultados alcanzados beneficiarán al propietario en la toma de decisiones, facilitando la planificación y ejecución de acciones previstas, además de los empleados que contarán con políticas que les permitan tener claridad en las funciones que les corresponden realizar.

### **11.2.7. Desarrollo de plan estratégico**

#### **11.2.7.1. Etapa 1: Direccionamiento estratégico**

La empresa JET AGUA dispone de una misión y visión, sin embargo, no se les ha dado la debida difusión. Por ello se procedió a verificar si cumplen con las preguntas directrices:

- **Misión de la empresa JET AGUA**

**Tabla 26.** *Actualización de la misión*

Preguntas directrices	Misión actual	Misión propuesta
¿A qué se dedica la empresa?	En JET Agua del cantón La Maná ofrecemos agua embotellada, garantizando la pureza y frescura en cada botella, manteniendo precios competitivos, contribuyendo al bienestar y salud de la población del cantón La Maná.	Somos JET AGUA una empresa 100% lamanense, dedicada a la producción y distribución de agua embotellada de calidad a precios competitivos, nos diferenciamos mediante el cumplimiento de estándares de pureza y frescura. Nuestro propósito es brindar una hidratación saludable y segura a las familias y empresas del cantón La Maná y lugares aledaños.
¿Qué producto o servicio ofrece?		
¿Cómo se diferencia?		
¿Cuál es su público objetivo		

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Visión de la empresa JET AGUA**

**Tabla 27.** *Revisión de la visión*

Preguntas directrices	Visión actual	Visión propuesta
¿Qué aspira ser la empresa?	JET AGUA será la empresa líder ventas de agua embotellada, garantizando la pureza y frescura en cada botella, manteniendo precios competitivos, contribuyendo al bienestar y salud de la población del cantón La Maná.	JET AGUA para el 2029 aspira a ser la empresa líder en el mercado, destacándose por la calidad de sus productos. Mejoraremos nuestros procesos de purificación y distribución, adoptando tecnologías avanzadas y prácticas ecológicas. Nos enfocaremos en expandir nuestra presencia en el mercado. Estableceremos alianzas estratégicas con proveedores de tecnología, instituciones ambientales, comisariatos y supermercados.
¿Qué aspectos mejorará?		
¿En qué se enfocará?		
¿Cuáles serán sus aliados		

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Valores empresariales**

### Valores individuales

El accionar de los empleados de la empresa JET AGUA se apega a los siguientes valores individuales:

**Tabla 28.** *Valores individuales para la empresa JET AGUA*

Valores Individuales	Aplicación
Integridad	Actuar con honestidad y rectitud en todas las situaciones, manteniendo una conducta moral y ética en el trabajo.
Compromiso	Demostrar dedicación y lealtad a la empresa y a los objetivos personales y colectivos, esforzándose por alcanzar la excelencia.
Respeto	Tratar a todos los individuos con dignidad y consideración, promoviendo un ambiente laboral inclusivo y armonioso.
Responsabilidad	Asumir la responsabilidad de las acciones y decisiones propias, siendo confiable y cumpliendo con las obligaciones y promesas.
Colaboración	Trabajar eficazmente con otros, valorando las contribuciones del equipo y buscando constantemente formas de cooperar y ayudar.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Valores corporativos para la empresa JET AGUA**

A continuación, se presentan los valores corporativos para la empresa JET AGUA del cantón La Maná, cuyo establecimiento y observación les permitirá mantener prácticas que resulten beneficiosas, pero a la vez impacten socialmente en la población del cantón La Maná positivamente:

**Tabla 29.** *Valores corporativos para la empresa JET AGUA*

<b>Valores corporativos</b>	<b>Aplicación</b>
Calidad	Compromiso con ofrecer productos de alta calidad que cumplan con estándares de pureza y satisfacción del cliente.
Sostenibilidad	Promover prácticas ambientales responsables en todos los procesos de embotellado de los productos de JET AGUA.
Responsabilidad social	Contribuir positivamente a la ciudadanía y apoyar causas que mejoren el bienestar social y ambiental.
Transparencia	Mantener una comunicación abierta y honesta con clientes, proveedores y empleados, asegurando claridad en todas las transacciones.
Seguridad	Priorizar la salud y seguridad de empleados y consumidores mediante el cumplimiento de las respectivas normas y regulaciones en los procesos de embotellado y comercialización del producto a diario.
Trabajo en equipo	Fomentar la colaboración y el apoyo mutuo entre empleados para alcanzar objetivos comunes, generando así un entorno de trabajo dinámico.
Ética	Mantener el funcionamiento de la empresa en base a los principios éticos en todas las relaciones con los empleados, clientes y proveedores prácticas operativas.
Servicio al cliente	Enfocarse en la satisfacción del cliente mediante una buena atención y respuesta ágil a sus necesidades.

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Políticas para el funcionamiento de la empresa JET agua**

A continuación, se detalló las políticas, definiéndolas por individuales y corporativas para la empresa JET AGUA mismas que deben orientar el funcionamiento diario:

**Tabla 30.** Políticas para la empresa JET agua

Políticas corporativas			Políticas individuales
<p><b>Horario de entrada:</b> Los empleados deben estar presentes y listos para trabajar a las 8:00 AM.</p>	<p>Mantener áreas de trabajo limpias y ordenadas en todo momento para cumplir con las normativas de salud y seguridad.</p>	<p>Establecer fechas claras y procedimientos para el pago puntual de salarios cada último día hábil del mes.</p>	<p>El empleado debe participar en las capacitaciones para mejorar sus habilidades y conocimientos.</p>
<p><b>Horario de salida:</b> La jornada laboral concluye a las 5:00 PM, salvo previa autorización por parte de la gerencia.</p>	<p>Utilizar uniformes completos y limpios, incluyendo gorro, guantes y bata según las regulaciones de higiene establecidas por la empresa.</p>	<p>Proporcionar opciones de pago seguras y confiables, como transferencias bancarias directas a la cuenta del empleado.</p>	<p>El empleado será evaluado de manera regular para asegurar que su aporte se alinee con las metas de la empresa</p>
<p><b>Permisos:</b> Los empleados deben solicitar permisos por adelantado mediante un formulario específico y justificar adecuadamente la razón.</p>	<p>Cuidar y mantener en buen estado todas las herramientas y equipos utilizados, reportando cualquier daño o mal funcionamiento de inmediato al supervisor.</p>	<p>Documentar y confirmar por escrito los pagos realizados a cada empleado, especificando el monto exacto y cualquier deducción aplicada.</p>	<p>El empleado es responsable de mantener adecuada comunicación el resto del personal.</p>
<p><b>Protocolo de seguridad:</b> Todo empleado debe pasar por un control de identificación y registro al ingresar y salir de las instalaciones, asegurando la seguridad y control de acceso.</p>	<p>Seguir protocolos específicos de limpieza y desinfección para evitar la contaminación cruzada y mantener un ambiente seguro para todos.</p>	<p>Mantener registros claros y precisos de los pagos realizados y pendientes, incluyendo horas extras y bonificaciones acordadas.</p>	<p>El empleado debe adherirse al estándar de ética y profesionalismo plasmados en los valores de la empresa.</p>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### 11.2.7.2. Etapa 2: Diagnóstico de la situación actual

- **Matriz FODA de la empresa JET AGUA**

A continuación, se presentó los factores internos y externos de la empresa JET AGUA:

**Tabla 31.** Matriz FODA de la empresa JET AGUA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p>Excelente calidad de los productos de JET AGUA.</p> <p>Servicio de entrega a domicilio ágil y eficiente.</p> <p>Buena relación precio calidad de los productos</p> <p>Se toma en consideración las opiniones de los empleados.</p> <p>Adecuado manejo de recursos en la empresa JET AGUA.</p>	<p>Escaso reconocimiento de los elementos del direccionamiento estratégicos.</p> <p>No se dispone de políticas, manual de funciones y organigrama en forma documental.</p> <p>Promoción de los productos es considerada poco llamativa.</p> <p>Percepción visual poco atractiva del producto frente a los clientes.</p> <p>Los empleados no reciben capacitaciones</p> <p>Dificultad para adaptarse a los cambios de la demanda en el mercado.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Predisposición del propietario y empleados a los cambios.</p> <p>Fortalecer el nivel de habilidades y conocimientos del personal.</p> <p>Demanda creciente de agua embotellada en el cantón La Maná y zonas cercanas.</p> <p>Alcanzar un mayor posicionamiento en el cantón La Maná.</p> <p>Expansión del producto a otros mercados a través de medios tecnológicos.</p>	<p>Competencia de parte de otras empresas embotelladoras de agua.</p> <p>Disminución o deterioro de las fuentes de agua por acciones humanas irresponsables.</p> <p>Nuevas regulaciones o permisos relacionados con la actividad económica de la empresa.</p> <p>Altos niveles de delincuencia generalizada (secuestros, extorsiones)</p> <p>Tasas de interés elevadas en créditos dirigidos a las Pymes.</p>

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Matriz de Factores Internos**

**Tabla 32.** *Matriz de factores internos de la empresa JET AGUA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Importancia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor ponderado</b>
Excelente calidad de los productos de JET AGUA.	0,12	4	0,48
Servicio de entrega a domicilio ágil y eficiente.	0,07	4	0,28
Buena relación precio calidad de los productos	0,09	3	0,27
Se toma en consideración las opiniones de los empleados.	0,06	3	0,18
Adecuado manejo de recursos en la empresa JET AGUA.	0,10	3	0,3
<b>Debilidades</b>			
Escaso reconocimiento de los elementos del direccionamiento estratégicos.	0,10	2	0,2
No se dispone de políticas, manual de funciones y organigrama en forma documental.	0,11	2	0,22
Promoción de los productos es considerada poco llamativa.	0,10	2	0,2
Percepción visual poco atractiva del producto frente a los clientes.	0,08	2	0,16
Los empleados no reciben capacitaciones	0,09	2	0,18
Dificultad para adaptarse a los cambios de la demanda en el mercado.	0,08	1	0,08
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,55</b>

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Análisis:** La empresa JET AGUA muestra una puntuación total de 2.55 en los resultados de la Matriz EFI, lo que indica que a través de la administración de sus recursos ha generado fortalezas en torno a la calidad del producto y eficiencia del servicio, pero también existen áreas que necesitan atención urgente, especialmente en la documentación organizacional y en la mejora de la percepción y promoción del producto que es agua embotellada en diferentes presentaciones. Reforzar estas debilidades es apremiante estabilizar su posición en el mercado.

- **Matriz de Factores Externos**

La realización de la matriz de factores externos en la empresa JET AGUA indicó la presencia de oportunidades y amenazas:

**Tabla 33.** *Matriz de factores internos de la empresa JET AGUA*

Oportunidades	Importancia	Calificación	Valor ponderado
Predisposición del propietario y empleados a los cambios.	0,09	3	0,27
Fortalecer el nivel de habilidades y conocimientos del personal.	0,08	3	0,24
Demanda creciente de agua embotellada en el cantón La Maná y zonas cercanas.	0,09	4	0,36
Alcanzar un mayor posicionamiento en el cantón La Maná.	0,06	3	0,18
Expansión del producto a otros mercados a través de medios tecnológicos.	0,12	3	0,36
<b>Amenazas</b>			
Competencia de parte de otras empresas embotelladoras de agua.	0,13	2	0,26
Disminución o deterioro de las fuentes de agua por acciones humanas irresponsables.	0,14	2	0,28
Nuevas regulaciones o permisos relacionados con la actividad económica de la empresa.	0,11	2	0,22
Altos niveles de delincuencia generalizada (secuestros, extorsiones)	0,09	2	0,18
Tasas de interés elevadas en créditos dirigidos a las Pymes.	0,09	2	0,18
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,53</b>

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Análisis:** En la matriz EFE la empresa JET AGUA alcanzó una puntuación total de 2.53 en su Matriz EFE, lo que indica que, aunque tiene oportunidades significativas en términos de predisposición al cambio y demanda creciente, existen amenazas críticas que necesitan atención urgente, especialmente en la documentación organizacional y en la mejora de la percepción y promoción del producto. Aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas es una labor imperiosa para expandir su posición en el mercado y a mejorar el rendimiento general de la empresa.

### 11.2.7.3. Etapa 3. Selección de estrategias y establecimiento de objetivos

**Tabla 34:** Matriz de estrategias de la empresa JET AGUA

		Fortalezas	Debilidades
		Interno	F1. Excelente calidad de los productos de JET AGUA.
Externo		F2. Servicio de entrega a domicilio ágil.	D2. No cuenta con documentación organizacional
		F3. Buena relación precio calidad de los productos	D3. Promoción de los productos es considerada poco llamativa.
		F4. Se toma en consideración las opiniones de los empleados.	D4. Percepción visual poco atractiva del producto frente a los clientes.
		F5. Adecuado manejo de recursos en la empresa JET AGUA.	D5. Los empleados no reciben capacitaciones D6. Dificultad para adaptarse a los cambios de la demanda en el mercado.
Oportunidades		FO: ESTRATEGIAS OFENSIVAS	DO: ESTRATEGIAS REORIENTACIÓN
O1. Predisposición hacia el cambio organizacional		F1. O5. Alianzas estratégicas con comisariatos y supermercados que permitan la expansión del producto en otros mercados.	D1. O1. Socialización de los elementos de direccionamiento estratégico.  D3. O4. Desarrollar elementos promocionales y publicitarios que retengan la atención y agraden a los consumidores para alcanzar un mayor posicionamiento.
O2. Fortalecer el nivel de habilidades y conocimientos del personal.			
O3. Demanda de agua embotellada en el cantón y zonas cercanas.			
O4. Alcanzar un mayor posicionamiento en el cantón			
O5. Expansión del producto a otros mercados a través de medios tecnológicos.			
Amenazas		FA: ESTRATEGIAS DEFENSIVA	DA: ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA
A1. Competencia de parte de otras empresas embotelladoras de agua.		D5. A2. Establecer iniciativas de responsabilidad ambiental que muestre la preocupación de la empresa por el cuidado de los recursos naturales.	D2. A1. Formular un organigrama y un manual de funciones, para contar con una estructura organizacional más sólida y afrontar la competencia  D5. A1. Capacitar a los empleados para fortalecer la capacidad competitiva en torno a un equipo de trabajo calificado.
A2. Disminución o deterioro de las fuentes de agua por acciones humanas irresponsables.			
A3. Nuevas regulaciones o permisos relacionados con la actividad económica de la empresa.			
A4. Delincuencia generalizada (secuestros, extorsiones)			
A5. Créditos con tasas de interés altas para microempresas.			

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Plan de acción para la empresa JET AGUA**

En el presente plan de acción se establecieron los objetivos que se persigue a través de las estrategias seleccionadas para JET AGUA del cantón La Maná:

**Tabla 35:** *Plan de acción*

Objetivos	Tipo de estrategias	Estrategia	Actividades	Recursos	Resultado esperado
Consolidar la identidad organizacional de la empresa	Reorientación	Socialización de los elementos de direccionamiento estratégico.	Reunión de socialización de la misión, visión y valores empresariales. Ubicar los elementos de direccionamiento estratégico en un lugar visible.	Material documental Impresión en Lona Mesh	Alinear a todos los empleados con los objetivos de la empresa.
Dar solidez a la estructura organizacional de la empresa	Supervivencia	Formulación de un organigrama y un manual de funciones	Representación del organigrama estructural.  Desarrollo un manual de funciones.  Desarrollo de políticas dirigida al personal.	Impresiones	Clarificar roles y responsabilidades, mejorando la eficiencia organizativa.
Mejorar la competencia del equipo de trabajo	Supervivencia	Capacitar a los empleados para fortalecer la capacidad competitiva	Socialización del plan de capacitación.  Determinación de un plan de capacitación para el personal	Material documental Refrigerios Profesional capacitador	Incrementar habilidades y conocimientos del personal, mejorando la competitividad.
Expandir del producto en otros mercados	Ofensiva	Desarrollo de alianzas estratégicas con comisariatos y supermercados.	Selección de empresas para llevar a cabo alianzas estratégicas.	Gastos de gestión	Ampliar la red de distribución y aumentar el alcance del mercado.
Alcanzar un mayor posicionamiento	Reorientación	Desarrollar elementos promocionales	Desarrollo de rótulos con el logo y slogan de	Impresión en Lona Mesh	Aumentar la visibilidad y atracción de la

o		y publicitarios que retengan la atención de los consumidores	la empresa. Diseño de objetos publicitarios para difundir la marca JET AGUA.	Servicio de colocación del rótulo	marca, impulsando las ventas.
Mantener una buena imagen empresarial	Defensiva	Establecer iniciativas de responsabilidad ambiental que muestre la preocupación de la empresa por el cuidado de los recursos naturales.	Iniciativa de limpieza de residuos sólidos a las orillas del río San Pablo. Iniciativa de reforestación con la colectividad de alguna comunidad del cantón La Maná.		Mejorar la imagen de la empresa y cumplir con las expectativas ambientales de los consumidores .

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### **Análisis e interpretación:**

El plan de acción para JET AGUA involucró la determinación del tipo de estrategia, el objetivo estratégico, actividades, recurso y el resultado esperado. Se basó en las necesidades detectadas en la empresa y buscó fortalecer su estructura organizativa, identidad corporativa y presencia en el mercado. Incluye estrategias como la socialización de la misión, visión y valores para consolidar la identidad organizacional, la formulación de un organigrama y un manual de funciones para clarificar roles y responsabilidades, y la capacitación de empleados para mejorar su competitividad. El desarrollar alianzas estratégicas con comisariatos y supermercados para expandir el alcance de sus productos, junto con iniciativas de responsabilidad ambiental para mejorar la imagen empresarial. En conjunto, se formularon para fortalecer la marca en el mercado y optimizar la eficiencia operativa.

### **Estrategia 1: Socialización de los elementos de direccionamiento estratégico.**

Para garantizar que todos los empleados de la empresa JET AGUA comprendan y se identifiquen con el direccionamiento estratégico, es esencial llevar a cabo una reunión de socialización de la misión, visión y valores empresariales. Esta reunión tiene como objetivo principal introducir y explicar estos elementos fundamentales, que definen la dirección estratégica de la empresa y guían su cultura y prácticas diarias.

**Tabla 36:** *Actividades planteadas para el proceso de socialización del direccionamiento estratégico*

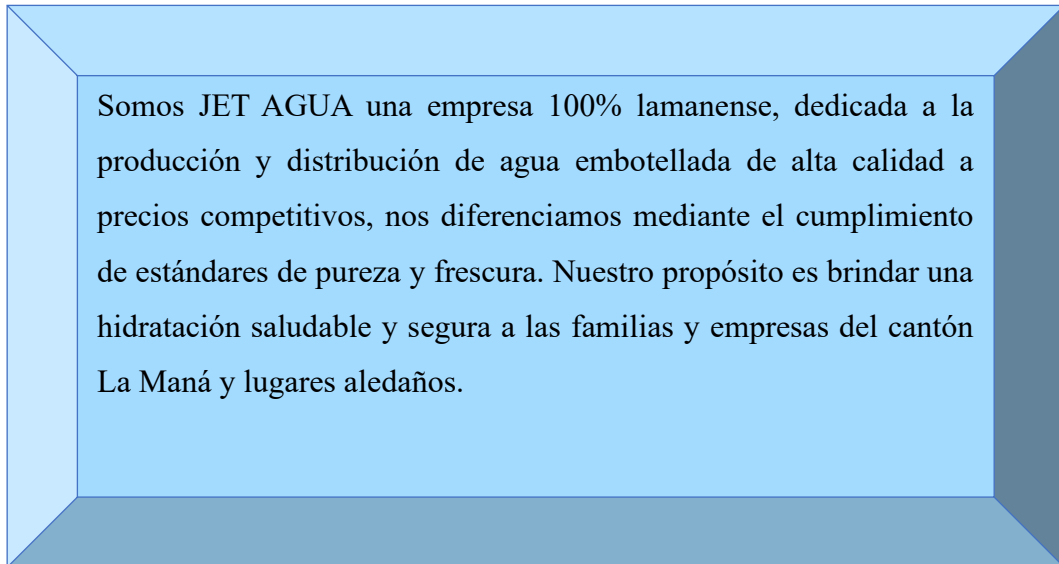
<b>Número</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Participantes</b>
<b>1</b>	Planificación de la reunión	Definir la fecha y duración de la reunión	Propietario Empleados
<b>2</b>	Preparación de materiales	Crear presentaciones y documentos que expliquen la misión, visión y valores.	Propietario Empleados
<b>4</b>	Apertura de la reunión	Introducción y bienvenida a los participantes.	Propietario Empleados
<b>5</b>	Presentación de la misión	Exponer la misión de la empresa, su propósito y objetivos.	Propietario Empleados
<b>6</b>	Presentación de la visión	Explicar la visión a largo plazo y las aspiraciones de la empresa.	Propietario Empleados
<b>7</b>	Presentación de los valores	Detallar los valores fundamentales que guían las operaciones de la empresa.	Propietario Empleados
<b>8</b>	Sesión de preguntas y respuestas	Permitir que los empleados hagan preguntas y aclaren dudas.	Propietario Empleados
<b>9</b>	Dinámica de grupo	Actividad para reforzar la comprensión y el compromiso con la misión, visión y valores.	Propietario Empleados
<b>10</b>	Cierre de la reunión	Resumen de los puntos importantes	Propietario Empleados

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Reconocimiento de los elementos de direccionamiento estratégico**

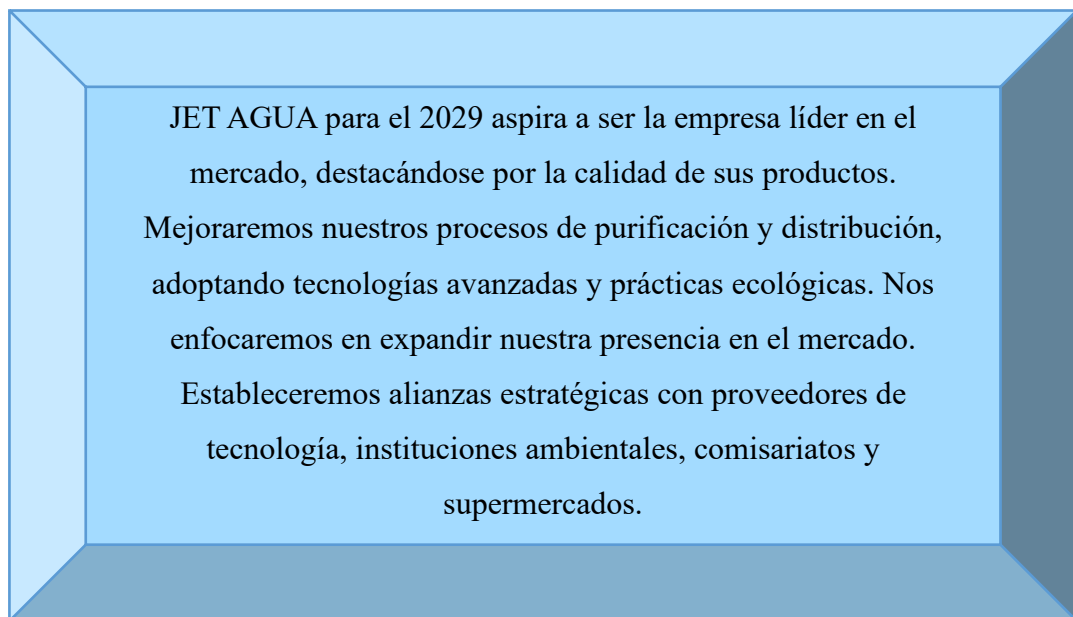
Se ubicará los elementos de direccionamiento estratégico en un sitio de concurrencia de la empresa:

**Figura 24:** *Misión de la empresa JET AGUA*



**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 25.** *Visión de la empresa JET AGUA*



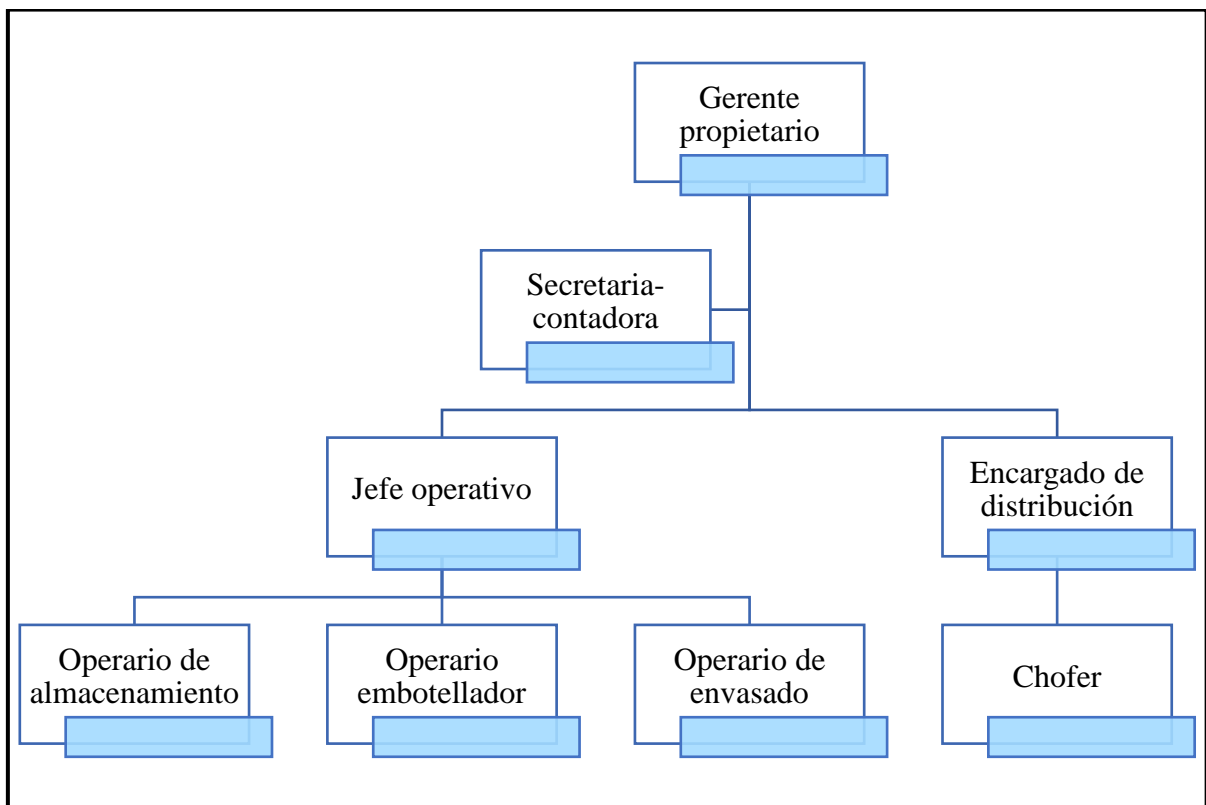
**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

## Estrategia 2: Formulación de un organigrama y un manual de funciones

- **Organigrama para la empresa JET AGUA**

El organigrama de JET AGUA muestra cómo está organizada la empresa, indicando quiénes son responsables de cada área y a quién deben reportar. Este diagrama ayuda a entender la jerarquía y las relaciones de trabajo, mejorando la comunicación entre todos los empleados. Con un organigrama claro, JET AGUA busca hacer el trabajo más eficiente, mejorar la coordinación entre departamentos y asegurar que todos sepan sus responsabilidades.

**Figura 26:** Organigrama



**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Manuales de funciones para el personal de la empresa JET AGUA**

El Manual de funciones de JET AGUA define claramente las responsabilidades y tareas de cada puesto dentro de la empresa. Su objetivo es proporcionar a todos los empleados una comprensión precisa de sus roles, asegurando que cada persona sepa exactamente lo que se espera de ella. A continuación, se detalló esta herramienta:

### **Cargo: Gerente propietario**

**Descripción del cargo:** El gerente propietario es el máximo responsable de la empresa, encargado de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión general de todas las operaciones de JET AGUA.

#### **Responsabilidades:**

- Definir y supervisar la misión, visión y valores de la empresa.
- Establecer objetivos y metas estratégicas a corto y largo plazo.
- Tomar decisiones clave en todas las áreas de la empresa, incluyendo finanzas, operaciones y marketing.
- Supervisar el desempeño financiero y realizar ajustes necesarios para asegurar la rentabilidad.
- Representar a la empresa en negociaciones y alianzas estratégicas.
- Asegurar el cumplimiento de todas las regulaciones y normativas legales.
- Fomentar un ambiente de trabajo positivo y motivador.
- Evaluar y aprobar proyectos de expansión y mejora de procesos.

### **Secretaria contadora**

**Descripción del Cargo:** la secretaria contadora es responsable de la gestión administrativa y financiera de la empresa, asegurando el correcto manejo de los recursos y la documentación contable.

#### **Responsabilidades:**

- Llevar la contabilidad diaria de la empresa.
- Preparar y presentar informes financieros periódicos.
- Gestionar cuentas por cobrar y por pagar.
- Mantener registros precisos de todas las transacciones financieras.
- Coordinar con auditores externos para las revisiones anuales.
- Asistir al gerente propietario en tareas administrativas y de gestión.
- Organizar y mantener archivos y documentación de la empresa.
- Programar reuniones y llevar la agenda del Gerente Propietario.

**Cargo: Jefe operativo**

**Descripción del cargo:** El jefe operativo es responsable de la supervisión y coordinación de todas las actividades operativas, asegurando la eficiencia y calidad en la producción y distribución del agua embotellada.

**Responsabilidades:**

- Planificar y supervisar las operaciones diarias de producción y distribución.
- Coordinar con el encargado de distribución y los operarios para asegurar el cumplimiento de los horarios y estándares de calidad.
- Monitorear el rendimiento de los equipos y asegurar el mantenimiento preventivo.
- Implementar mejoras en los procesos operativos para aumentar la eficiencia.
- Asegurar el cumplimiento de las normas de seguridad y salud ocupacional.
- Resolver problemas operativos y tomar decisiones rápidas para mantener la continuidad del negocio.
- Reportar al gerente propietario sobre el desempeño operativo y las necesidades de recursos.

**Encargado de distribución**

**Descripción del cargo:** El encargado de distribución es responsable de la logística y entrega eficiente del agua embotellada a los clientes, asegurando la puntualidad y satisfacción del cliente.

**Responsabilidades:**

- Planificar y organizar las rutas de distribución diarias.
- Supervisar a los conductores y personal de reparto.
- Asegurar la carga y descarga correcta de los productos en los vehículos de distribución.
- Mantener registros precisos de las entregas y devoluciones.
- Resolver problemas de distribución y atender las quejas de los clientes.
- Coordinar con el jefe operativo para asegurar la disponibilidad de productos para distribución.
- Asegurar el mantenimiento y buen estado de los vehículos de distribución.

### **Operario de envasado**

**Descripción del cargo:** el operario de envasado es responsable del proceso de llenado y sellado de las botellas de agua, asegurando la calidad y seguridad del producto final.

#### **Responsabilidades:**

- Operar y mantener las máquinas de envasado.
- Asegurar que las botellas se llenen y sellen correctamente.
- Realizar inspecciones regulares de calidad del producto.
- Mantener el área de trabajo limpia y organizada.
- Informar al jefe operativo sobre cualquier problema técnico o de calidad.
- Cumplir con las normas de higiene y seguridad.
- Ayudar en otras áreas operativas según sea necesario.

### **Operario de almacenamiento**

**Descripción del Cargo:** El operario de almacenamiento es responsable de la gestión del inventario y el almacenamiento adecuado de los productos terminados y materias primas.

#### **Responsabilidades:**

- Recibir y verificar las entregas de materias primas.
- Organizar y almacenar productos de manera eficiente.
- Mantener registros precisos del inventario.
- Preparar pedidos para distribución según las instrucciones del Encargado de Distribución.
- Asegurar la limpieza y organización del almacén.
- Realizar inventarios periódicos y reportar discrepancias.
- Colaborar con el jefe operativo para asegurar la disponibilidad de productos y materias primas.

### Estrategia 3: Capacitar a los empleados de la empresa JET AGUA

Este plan de capacitación está diseñado para garantizar que los empleados de JET AGUA estén bien equipados con los conocimientos necesarios para desempeñar sus puestos de trabajo de manera ágil y segura a diario:

**Tabla 37:** Plan de Capacitación para los Empleados de JET AGUA

Contenido	Metodología	Recursos	\$	Indicador de cumplimiento	Resultado esperado
Seguridad y salud ocupacional	Talleres	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Reducción de incidentes laborales	Empleados conscientes y aplicando prácticas seguras en el trabajo
Operación de maquinaria de envasado	Capacitación de práctica y demostrativa	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Reducción de errores en la operación de maquinaria	Operarios capacitados y operando herramientas y equipos de manera correcta
Gestión de inventarios y almacenamiento	Talleres y simulaciones	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Precisión en los registros de inventario	Almacenamiento organizado y registros de inventario precisos
Atención al cliente	Talleres y simulaciones	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Mejora en la satisfacción del cliente	Empleados calificados para atender consultas y quejas.
Técnicas de distribución eficiente	Sesiones prácticas y teóricas	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Cumplimiento de tiempos de entrega	Distribución adecuada y oportuna de los productos
Uso de tecnología en operaciones	Talleres	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Adopción de tecnología en procesos operativos	Empleados competentes en el uso de tecnología para mejorar la operatividad
Responsabilidad ambiental	Charlas	Profesional capacitador Fichas de contenido Refrigerio	\$25 \$10 \$15	Implementación de prácticas ambientales	Empleados comprometidos con prácticas de cuidado ambiental
<b>Total</b>			<b>\$350</b>		

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

#### Estrategia 4: Alianzas estratégicas para la empresa JET AGUA

**Tabla 38:** *Proceso de realización de alianzas estratégicas*

Actividad	Descripción	Responsable	Duración
Investigación de mercado	Identificar y analizar posibles comisariatos y supermercados que podrían ser aliados estratégicos.	Gerente general	1 semana
Elaboración de propuesta de alianza	Crear una propuesta de colaboración que detalle los beneficios y términos de la alianza.	Gerente general	1 semana
Contacto inicial	Establecer contacto con representantes de los comisariatos y supermercados para presentar la propuesta.	Gerente general	1 día
Reuniones de negociación	Organizar reuniones para discutir los términos de la alianza y ajustar la propuesta según las necesidades de ambas partes.	Gerente general	1 semana
Firma de acuerdos	Formalizar la alianza mediante la firma de contratos o acuerdos escritos.	Gerente general	1 semana
Planificación de implementación	Definir los pasos necesarios para implementar la alianza	Gerente General Socios	2 y semanas
Coordinación de sistemas de gestión	Asegurar la coordinación de sistemas de pedidos e inventarios mediante comunicación directa en el caso de llegar a acuerdos de pedidos por determinados volúmenes.	Gerente general	2 semanas
Evaluación y ajustes iniciales	Monitorear el desempeño inicial de la alianza y realizar ajustes necesarios para mejorar la colaboración.	Gerente general	4 semanas
Revisión y reporte periódico	Establecer revisiones periódicas para evaluar el progreso de la alianza y discutir posibles mejoras.	Gerente general	Continuo

**Elaborado por:** Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Estrategia 5: Elementos promocionales y publicitarios para la empresa JET AGUA

Se detalló los productos junto con su presentación, contenido y precio al que se expenden en la empresa:

**Tabla 39.** Cartera de productos de JET AGUA

Presentación	Contenido	Precio
Botellas pequeñas	500 ml	\$0.50
Botellas medianas	1.5 litros	\$1.25
Botellón bidón	20 litros	\$ 1.10

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

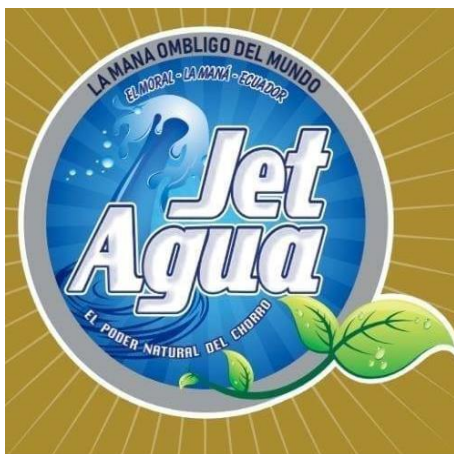
- **Desarrollo de rótulos con el logo y slogan de la empresa.**

La empresa JET AGUA cuenta con un slogan y logo, sin embargo, frente a la disponibilidad del propietario de acoger las actualizaciones planteadas, se diseñó uno nuevo como parte del plan estratégico. Se destacó una botella de agua rodeada por montañas y un sol naciente, simbolizando la pureza y frescura del agua natural. Las ondas del líquido vital que constituyen el producto representan el dinamismo y la vitalidad que transmite. En el centro de la botella, un trébol de cuatro hojas verde representa buena suerte y sostenibilidad. El slogan "Hidratación en cada gota" refuerza el compromiso de la empresa con la calidad y la satisfacción del cliente.

**Figura 27:** Slogan y logo de la empresa JET AGUA

Slogan: "El poder del chorro natural"

Slogan "Hidratación en cada gota"



Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

Con dichos elementos planteados se diseñó unos rótulos para dar mayor apertura visual de la empresa en el cantón La Maná. La estrategia de rótulos para JET AGUA se centra en la

colocación de anuncios visuales en puntos clave del cantón La Maná para aumentar la visibilidad de la marca. Estos rótulos promoverán el mensaje de “Hidratación en cada gota” y destacarán la pureza y calidad del agua, atrayendo así a nuevos consumidores:

**Figura 28:** Rótulos para la empresa JET AGUA

**SERVICIO DE  
AGUA  
PURIFICADA  
A DOMICILIO**

- ◆ Entregas bajo pedido
- ◆ Se puede definir un día de entrega fijo por semana.

**PARA PEDIDOS  
COMUNICATE  
0994309012**

La mejor agua

100% PURA

GOTITA

Nos ubicamos en el Recinto El Moral- cantón La Maná

**JET AGUA**

DE LA MANÁ PARA EL MUNDO

PARA PEDIDO COMUNICATE  
**0994309012**

ENCUENTRA NUESTROS PRODUCTOS EN  
LOS COMISARIATOS Y SUPERMERCADOS  
DEL CANTÓN

VISITA NUESTRAS MODERNAS INSTALACIONES  
Nos ubicamos en el Recinto El Moral- cantón La Maná

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

- **Diseño de objetos publicitarios para difundir la marca JET AGUA.**

La estrategia de diseño de objetos publicitarios para la empresa JET AGUA, se realizó para fortalecer la presencia de la marca y consolidar su imagen empresarial, se incluye gorras, vasos, llaveros con abretapas, abanicos, carpetas institucionales y tarjetas de presentación, todos ellos adornados con el logo y eslogan de la empresa.

**Figura 29:** *Objetos publicitarios*



Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Estrategia 6:** Iniciativas de responsabilidad ambiental para el mejoramiento de la imagen empresarial de JET AGUA

Esta estrategia para JET AGUA se centra en la protección y conservación del medio ambiente. Esta iniciativa ambiental tiene el objetivo de mejorar la imagen empresarial y fortalecer su relación con el público objetivo a través de acciones responsables. Entre las actividades destacadas se incluyen la limpieza de residuos sólidos en las orillas del río San Pablo y la reforestación en comunidades del cantón La Maná. Estas acciones no solo benefician al entorno natural, sino que también subrayan el compromiso de la empresa con la sostenibilidad. A continuación, se detallan las actividades, recursos, responsables, tiempo estimado y los resultados que se pretende lograr:

**Tabla 40:** Estrategia para mejorar la imagen empresarial a través de iniciativas ambientales

Objetivo	Actividad	Descripción	Recursos	Responsables	Tiempo	Resultados esperados
Mejorar la imagen empresarial de JET AGUA frente al mercado potencial mediante iniciativas de cuidado ambiental	Limpieza de residuos sólidos a las orillas del río San Pablo.	Organizar un evento de limpieza donde empleados y voluntarios recojan basura y residuos sólidos del río.	Bolsas de basura Contenedores Refrigerio	Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	1 día	Fortalecimiento de la imagen empresarial como una entidad comprometida con el medio ambiente, mejorando la relación con el público objetivo.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer de guantes y bolsas para recoger la basura a lo largo de la orilla del río.</li> </ul>		Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	3 horas	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Separar los residuos recogidos en reciclables y no reciclables.</li> </ul>		Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	2 horas	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar los residuos</li> </ul>		Propietario, empleados	2 horas	

		recogidos a los lugares de disposición final adecuados.		voluntarios del cantón La Maná.		
Reforestación de árboles nativos en alguna comunidad del cantón La Maná	Colaborar con la comunidad local para plantar árboles en áreas seleccionadas del cantón.	Herramientas para siembra Plántulas de árboles nativos	Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	1 día	Mayor difusión de la marca JET AGUA en el cantón La Maná, fortaleciendo el acercamiento al público objetivo con acciones que ayudan al medio ambiente.	
	Limpiar y preparar el terreno para la plantación de árboles.		Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	1 día		
	Organizar grupos de voluntarios para plantar los árboles en las áreas designadas.	Materiales para riego	Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	1 día		
	Realizar el riego y cuidado inicial de las plantas recién plantadas.		Propietario, empleados voluntarios del cantón La Maná.	1 semana		

**Elaborado por:** Dayanna Mireya Chicaiza

#### 11.2.7.4. Etapa 4. Cuantificación de los recursos necesarios

En la siguiente tabla se estimaron los costos asociados a las estrategias del plan estratégico que se determinó para la empresa JET AGUA:

**Tabla 41: Presupuesto**

Tipo de estrategia	Estrategia	Actividad	Cantidad
Reorientación	Socialización de los elementos de direccionamiento estratégico	Reunión de socialización de la misión, visión y valores empresariales	\$ 30,00
		Ubicación de los elementos de direccionamiento estratégico en la empresa	\$ 60,00
Supervivencia	Formulación de un organigrama y un manual de funciones	Representación del organigrama estructural	\$ 50,00
		Desarrollo de un manual de funciones	\$ 75,00
Supervivencia	Capacitar a los empleados para fortalecer la capacidad operativa	Desarrollo de políticas dirigidas al personal	\$ 25,00
		Determinación de un plan de capacitación para el personal	\$ 350,00
Defensiva	Establecer iniciativas de responsabilidad ambiental	Iniciativa limpieza de residuos sólidos a la orilla del río San Pablo	\$ 300,00
		Iniciativas de reforestación con la comunidad del cantón La Maná	\$ 150,00
Reorientación	Desarrollar elementos promocionales y publicitarios	Desarrollo de rótulos con el logo y slogan de JET AGUA	\$ 250,00
		Diseño de objetos publicitarios con énfasis en la marca JET AGUA	\$ 170,00
<b>Total:</b>			<b>\$ 1.435,00</b>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

### Representación de los ingresos actuales percibidos en la empresa JET AGUA

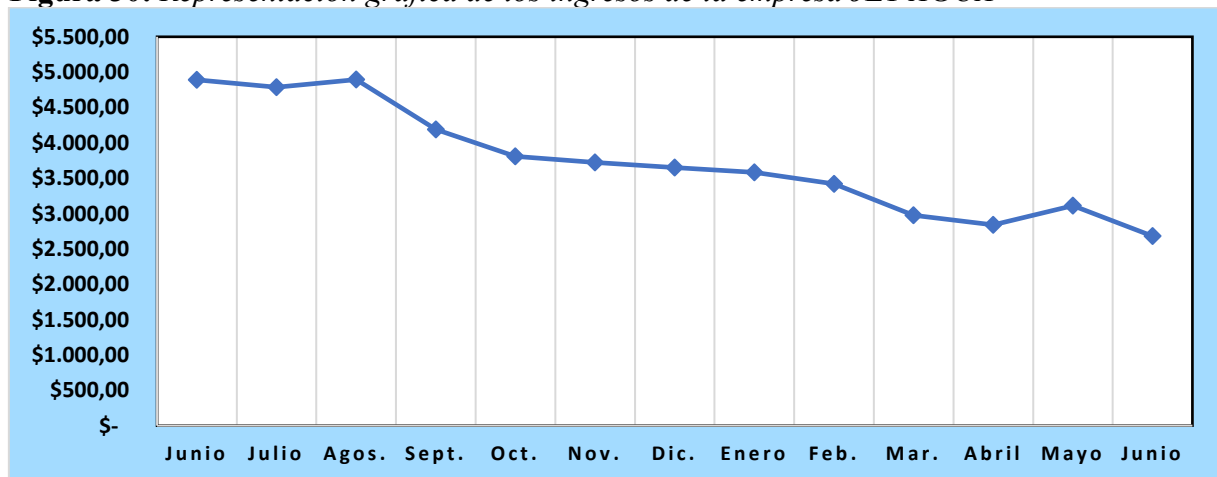
Con el propósito de establecer la contribución del plan estratégico se presentó los ingresos actuales de la empresa JET AGUA en base a los cuales se realizó la correspondiente proyección:

**Tabla 42:** *Ingresos de la empresa JET AGUA*

Año	Meses	Ingresos
2023	Junio	\$ 4.890,50
	Julio	\$ 4.785,90
	Agosto	\$ 4.895,10
	Septiembre	\$ 4.190,50
	Octubre	\$ 3.810,30
	Noviembre	\$ 3.720,80
	Diciembre	\$ 3.650,15
2024	Enero	\$ 3.580,50
	Febrero	\$ 3.420,40
	Marzo	\$ 2.975,80
	Abril	\$ 2.840,50
	Mayo	\$ 3.110,60
	Junio	\$ 2.680,75
<b>Totales</b>		<b>\$ 48.551,80</b>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

**Figura 30:** *Representación gráfica de los ingresos de la empresa JET AGUA*



Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

En la figura se apreció que los ingresos mensuales de la empresa JET AGUA tiene una línea de tendencia decreciente particularmente en los últimos seis meses, esto se atribuyó al incesante ambiente competitivo en que se desenvuelve, ante el cual no se ha tomado decisiones en función del mercado que cambia rápidamente, situación que derivó en la pérdida de clientes.

- **Proyección de escenarios**

En la primera columna de la tabla se muestran los valores de ventas reales de la empresa JET AGUA de los seis meses del año 2024 en base a los cuales se estableció un incremento del 1.2% para pronosticar las ventas de los siguientes meses del año 2024, se atribuye que dichos valores serán alcanzados si la empresa sigue el curso de sus actividades sin ninguna intervención. En la columna de escenario positivo moderado se muestra los resultados de incremento con un 5% aquello con la aplicación del plan estratégico y en la siguiente columna de escenario positivo optimista se proyectó con un 7%.

**Tabla 43:** *Proyección de escenarios*

Meses	Escenario realista 1,2%	Incremento	Escenario positivo moderado 5%	Incremento	Escenario positivo optimista 7%	Incremento
<b>Enero</b>	3580,50		3759,53	179,03	3831,14	250,66
<b>Febrero</b>	3420,40		3591,42	171,02	3659,83	239,43
<b>Marzo</b>	2975,80		3124,59	148,79	3184,11	208,31
<b>Abril</b>	2840,50		2982,53	142,03	3039,34	198,84
<b>Mayo</b>	3110,60		3266,13	155,53	3328,34	217,74
<b>Junio</b>	2680,75	32,17	2814,79	134,04	2868,40	187,65
<b>Julio</b>	2712,92	27,13	2848,56	135,65	2902,82	189,90
<b>Agosto</b>	2740,05	27,40	2877,05	137,00	2931,85	191,80
<b>Septiembre</b>	2767,45	27,67	2905,82	138,37	2961,17	193,72
<b>Octubre</b>	2795,12	27,95	2934,88	139,76	2990,78	195,66
<b>Noviembre</b>	2823,07	28,23	2964,23	141,15	3020,69	197,62
<b>Diciembre</b>	2851,31	28,51	2993,87	142,57	3050,90	199,59
<b>Totales</b>	<b>35298,47</b>	<b>352,98</b>	<b>37063,39</b>	<b>1764,92</b>	<b>37769,36</b>	<b>2470,89</b>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

En consecuencia, se apreció que en un escenario moderado la empresa JET AGUA experimentaría un crecimiento monetario de sus ingresos de \$1764.92 y bajo un escenario optimista \$2470.89. En ambos casos el valor alcanzado con la implementación del plan estratégico supere el valor aproximado de la inversión.

## **12. IMPACTOS**

### **12. 1. Impacto técnico**

Dentro del plan estratégico para JET AGUA, la formulación de un organigrama y un manual de funciones, junto con la socialización de los elementos de direccionamiento estratégico, fortalecerá significativamente la estructura organizacional de la empresa. Estas estrategias dotarán de mayor claridad en los roles y responsabilidades, mejorando la eficiencia operativa y la comunicación interna. La capacitación de los empleados, como estrategia, facilitará la competencia técnica del personal, optimizando la ejecución de las tareas y mejorando la adaptabilidad a las demandas del mercado, aquel aspecto permitirá a JET AGUA mejorar sus procesos internos y tomar decisiones que aseguren su crecimiento.

### **12.2. Impacto social**

El plan estratégico de JET AGUA incluye la socialización de los elementos de direccionamiento estratégico y la capacitación de los empleados, lo que tendrá un impacto positivo a nivel laboral y en la cultura organizacional. La claridad suministrada por el organigrama y el manual de funciones, junto con un enfoque en la formación continua, fomentará el compromiso entre los miembros del equipo; a través de las actividades de responsabilidad ambiental la empresa estará generando un impacto positivo para el cuidado de la naturaleza instando a otros establecimientos a participar de acciones similares que permitan tener una mejor calidad de vida para toda la ciudadanía del cantón La Maná.

### **12.3. Impacto económico**

El desarrollo de alianzas estratégicas con comisariatos y supermercados, así como la creación de elementos promocionales y publicitarios, son estrategias focalizadas en el plan estratégico para la empresa JET AGUA del cantón La Maná, que impulsarán el crecimiento económico, el cual bajo un escenario moderado del 5% correspondería \$37.063,39 y optimista del 7% alcanzaría los \$37.769,36, debido a que estas estrategias permitirán atraer a nuevos clientes que representarán más entradas de recurso monetario.

#### **1.2.4. Impacto ambiental**

El plan estratégico para JET AGUA incluye la implementación de iniciativas de responsabilidad ambiental, lo que resalta el compromiso de la empresa con el cuidado del entorno natural. Al establecer prácticas ecológicas y mostrar una preocupación activa por los recursos naturales, la empresa no solo mejorará su imagen corporativa, sino que también reducirá su impacto ambiental. Estas acciones procurarán un desarrollo que satisfaga las expectativas actuales de responsabilidad ambiental, fortaleciendo su imagen en el cantón La Maná.

### 13. PRESUPUESTO

**Tabla 44:** *Presupuesto del proyecto investigativo*

<b>Recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Titulación I</b>	<b>Titulación II</b>
<b>Recursos humanos</b>				
Investigadores	1,00	\$ 200,00	\$200,00	\$ 200,00
Diseño de encuesta		\$ 50,00	\$ 50,00	
Aplicación de instrumentos		\$ 100,00		\$ 100,00
Tabulación y análisis de datos		\$ 100,00		\$ 100,00
Diseño de una propuesta		\$ 200,00		\$ 200,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$250,00</b>	<b>\$ 600,00</b>
<b>Recursos materiales</b>				
Grapadora	2,00	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadora	1,00			\$ 2,50
Cuaderno	2,00	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 1,75
Lapiceros	6,00	\$ 0,40	\$ 0,80	\$ 1,60
Hojas bond			\$ 1,00	\$ 1,00
Anillados			\$ 5,00	\$ 15,00
Impresiones			\$ 20,00	\$ 75,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 31,05</b>	<b>\$ 99,35</b>
<b>Recursos tecnológicos</b>				
Pendrive	2	\$ 8,50	\$ 8,50	\$ 8,50
Internet			\$ 50,00	\$ 75,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 58,50</b>	<b>\$ 83,50</b>
<b>Gastos varios</b>				
Alimentación	50	\$ 2,00	\$100,00	\$ 100,00
Movilización	50	\$ 2,00	\$ 25,00	\$ 75,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$125,00</b>	<b>\$ 175,00</b>
<b>Costo por ciclo</b>			<b>\$464,55</b>	<b>\$ 957,85</b>
<b>Costo del proyecto</b>				<b>\$1.422,40</b>
<b>Imprevistos</b>				\$ 14,22
<b>Total</b>				<b>\$1.436,62</b>

Elaborado por: Chicaiza Salazar Dayanna Mireya

## **14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **14.1. Conclusiones**

El diagnóstico situacional permitió la identificación de falencias en la comunicación y formalización de la misión, visión, y políticas internas, evidenciando deficiencias en la transparencia y orientación estratégica, no se dispone de un manual de funciones y organigrama en forma documental. Su principal fortaleza es la calidad del producto así lo resaltó la mayoría de clientes, no obstante, la presentación visual de los productos y la efectividad de las promociones requieren atención; en cuanto a la predilección de presentaciones la botella pequeña de 500 ml es la más demandada por los consumidores y el precio que comúnmente acostumbran pagar por el producto en dicha presentación es \$0.55.

El análisis del direccionamiento estratégico conformado por los elementos de misión, visión y valores, permitió actualizarlos en función de los objetivos y acciones, manteniendo énfasis en la alta calidad y seguridad de sus productos, así como en la mejora continua de sus procesos y tecnologías, la empresa busca expandir su presencia en el mercado adoptando prácticas promocionales, publicitarias y ecológicas para fortalecer su posición competitiva.

El plan estratégico para la empresa, se desarrolló en base a los resultados del diagnóstico interno y externo, buscando la adaptación a las condiciones del mercado. Las estrategias incluyeron una actualización de los elementos de direccionamiento estratégico y su respectiva socialización, la formulación de un organigrama y un manual de funciones, la capacitación del personal, se formuló una secuencia para el desarrollo de alianzas estratégicas y la creación de elementos promocionales más llamativos, junto con iniciativas de responsabilidad ambiental que den a conocer más a la empresa y la marca. Mediante una proyección de los ingresos bajo un escenario moderado 5% y optimista 7% se estableció que los ingresos se verían incrementados significativamente a través del plan estratégico cuyo presupuesto fue de \$1.435.

## **14.2. Recomendaciones**

Es importante que se considere la revisión y actualización constante del organigrama y el manual de funciones de acuerdo a los cambios que se presenten en el contexto de la empresa JET AGUA, de esta forma se proporcionará claridad en las responsabilidades y roles dentro de la organización, mejorando la comunicación y la eficiencia operativa.

Se recomienda para mejorar el compromiso del personal con la empresa, considerar la realización de una carpeta que contenga los elementos: misión, visión, valores y políticas, las cuales deben ser distribuidas a todos los empleados y estar disponible en formato digital y físico. La inclusión de estos documentos en un formato accesible y organizado facilitará que el personal consulte y se familiarice, dejando a disposición este recurso se fomenta un mayor entendimiento y alineación con la dirección estratégica, promoviendo una ejecución más efectiva de las estrategias empresariales.

Es recomendable que la empresa JET AGUA lleve a efecto la implementación del plan estratégico, ya que está diseñado para abordar las deficiencias identificadas y adaptarse a las condiciones del mercado. El plan incluye la actualización y socialización de los elementos estratégicos, la formulación de un organigrama y un manual de funciones, la capacitación del personal, y el desarrollo de alianzas estratégicas y elementos promocionales. Además, las iniciativas de responsabilidad ambiental reforzarán la imagen de la empresa. La proyección de ingresos muestra un potencial significativo de crecimiento, lo que subraya la importancia de aplicar el plan para maximizar los beneficios y mejorar la competitividad de la empresa.

## 15. REFERENCIAS

- Ayón, G., Alvarez, A., y Plaza, J. (2023). Planificación estratégica y desempeño organizacional del sector comercial de la parroquia Cascol, Paján período 2019-2021. *Revista RECIAMUC*, 7(1), 1-17. doi:<https://doi.org/10.26820/reciamuc>
- Caiza, L. (2022). *Plan estratégico para las Pymes comerciales del cantón Guaranda, provincia de Bolívar*. Tesis de posgrado, Universidad Politécnica Salesiana, Pograd. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23947/1/UPS-CT010246.pdf>
- Campos, W. (2020). Elementos de la planificación estratégico financiera. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 4(4), 122-136. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i14.85>
- Castillo, L., Pérez, G. P., y Meriño, J. (2021). Administración y la importancia de la organización empresarial. *Saber, ciencia y libertad*, 14(4), 118-123. doi:<https://doi.org/10.18041/2382-3755/germinacion.2021V14.9239>
- Cedeño, J., Lindao, M., Ramos, J., Facuy, J., González, K., y Portalanza, A. (2019). *La Planeación Estratégica y la creación de valor en las organizaciones*. Universidad Espíritu Santo. doi:978-9978-25-207-9
- Cevallos, S., y Navarrete, M. (2023). *Planificación Estratégica*. Ediciones Centro de Investigación y Desarrollo. Obtenido de <https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2023/07/Planificacion-Estrategica.pdf>
- Garay, C. (2022). *Plan estratégico para la Compañía de Transportes en Taxis Dinotaxi S.A.* Tesis de grado. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8838/1/PI-002016.pdf>
- Gargate, S. (2022). La planificación estratégica y la competitividad en las empresas del sector transporte interprovincial terrestre de pasajeros de Lima. *Revista Industrial Data*, 25(2), 55-70. doi:<https://doi.org/10.15381/idata.v25i2.21430>
- Guayaquil, D. (2019). *Plan estratégico y publicitario para las fiestas de san buenaventura cantón Latacunga provincia de Cotopaxi*. Universidad Tecnológica Israel. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1878/1/UISRAEL-EC-ADMH-378.242-2019-001.pdf>
- Hernández, J. (2020). *Plan estratégico para la Compañía Diseño y Construcciones Decor Hogar Comercializadora Cía. Ltda., 2019–2023*. UNACH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14047/1/12T01344.pdf>

- Informes de Expertos. (2024). doi:<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-agua-embotellada-en-ecuador#:~:text=Las%20principales%20empresas%20del%20mercado,y%20ACQUA%20SPLENDOR%20S.A%2C%20entre%20otras.>
- Intriago, H. (2023). *Plan estratégico para la empresa “D’ Maderas y algo más” periodo 2023-2028*. ESPAMMFL. Obtenido de [https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2041/1/TIC\\_AE27D.pdf](https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2041/1/TIC_AE27D.pdf)
- Llanqui, B., y Pallo, R. (2022). *Implementación de un Sistema Automático de Llenado de Botellas para la empresa Spring Water*. UTC. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/96756645-f6f1-47eb-8bb7-527e74c88b87/content>
- Lopez, D., Guaman, M., y Castro, J. (2020). La toma de decisiones y la eficacia organizativa en las PyMEs. *Revista Espacios*, 41(22), 1-14 p. doi:ISSN: 0798-1015
- Narváez, M. (2021). *Plan estratégico para la empresa Casa Latina*. Tesis de grado, Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias de la Administración. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11171/1/16709.pdf>
- Otalvaro, T. (2019). *Propuesta de plan estratégico para la empresa Distribuciones López Vera*. Tesis de grado, Universidad Libre Seccional Pereira, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/20008/PLAN%20ESTRATEGICO%20DISTRIBUCIONES%20LOPEZ%20VERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palacios, M. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 57-68. doi:10.22458/rna.v11i2.2756
- Quintana. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 4(16), 1-13. doi: <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>
- Quintero, L., y Bedoya, M. (2022). Planeación estratégica y morfología organizacional. *Revista CEA*, 8(18), 69-81. doi: <https://doi.org/10.22430/issn.2422-3182>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., y Guadalupe, S. (2022). *Metodología de la investigación*. Edicumbre. doi:<https://doi.org/10.47606/ACVEN/ACLIB0017>

- Saltos, Wilson; Arguello, Stalin; Arévalo, Mariela. (2022). *Planificación estratégica para las Pymes*. Universidad Nacional de Chimborazo UNACH. doi:<https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.56>
- Sánchez, P., Hurtado, A., Valverde, O., y Mucha, H. (2023). Toma de decisiones organizacionales en el contexto de la pandemia. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 7(27). doi:<https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/834/1556>
- Serrato, A. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pynes en Colombia. *Revista Pensamiento y Gestión*, 5(46), 48-61. 1657-6276 / 2145-941X
- Sierra, J. (2020). *Plan Estratégico para la empresa Comercializadora Hy JSAS*. Tesis de grado, UNIVERSIDAD ICESI, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas . Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/87751/1/T02068.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87751/1/T02068.pdf)
- Tantalean, I. (2022). La naturaleza de la empresa Su teleología desde los Ciencias de la Administración, el Derecho y la Economía. *Revista Derecho y Ciencia política*, 52(136), 262-268. doi:<https://doi.org/10.18566/rfdcp.v52n136.a11>
- Torrecilla, J., Reina, A., y Skotnicka, A. (2019). La importancia del plan de empresa como herramienta de gestión para emprendedores tecnológicos. *Revista Espacios*, 40(3), 19-28. DOI:0798 1015