



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
AMAZON TVNET CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA NAPO
PERIODO 2020-2025”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

DAYANA MARISELA CALAPUCHA IMUNDA

Riobamba - Ecuador

2020



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
AMAZON TVNET CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA NAPO
PERIODO 2020-2025”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: DAYANA MARISELA CALAPUCHA IMUNDA

DIRECTOR/A: Eco. MARÍA ISABEL GAVILÁNEZ VEGA

Riobamba - Ecuador

2020

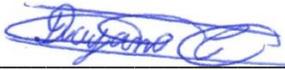
2020, Dayana Marisela Calapucha Imunda

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Dayana Marisela Calapucha Imunda, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de mayo de 2020



Dayana Marisela Calapucha Imunda

C.I. 150072632-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

Certificamos que el presente trabajo de titulación sobre el tema “**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA AMAZON TVNET CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA NAPO PERIODO 2020-2025**”, previo a la obtención del título de Ingeniera en Finanzas, ha sido desarrollado por la Srta. **DAYANA MARISELA CALAPUCHA IMUNDA**, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
		2020-05-29
Lic. Norma Patricia Jiménez Vargas PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
		2020-05-29
Eco. María Isabel Gavilánez Vega. DIRECTOR TRIBUNAL
		2020-05-29
Lic. José Alfredo Sánchez Anilema. MIEMBRO TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Al culminar una de mis metas quiero agradecer en primera instancia a mi madre por ser un pilar fundamental y apoyo incondicional durante toda mi carrera universitaria.

A pesar de todas las dificultades que se vinieron presentando, quitándose en ocasiones el pan de su mesa me ayudo en todo lo que necesitaba, logrando convertirme así en la mujer que el día de hoy soy.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por todos los conocimientos adquiridos, a mis docentes a los buenos y malos con los que he tenido la oportunidad de estar en un salón de clases y de los cuales me llevo un aprendizaje o enseñanza, que serán de gran utilidad en mi vida profesional.

A mis amigos que llegaron a convertirse en el pilar fundamental en vida universitaria, por el apoyo y amistad que me brindaron cada uno de los días que me encontraba lejos de mi hogar, otorgándome esa compañía que es tan necesaria al no estar en los brazos de la familia.

Muchas gracias.

Dayana

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo de titulación a mi hijo Yeray, el motor de mi vida y la razón de mi lucha por ser una mejor persona, mujer y madre, por él y para él este logro que es uno de los muchos que estoy dispuesta a conseguir, para que cada día se sienta orgulloso y feliz de estar a mi lado.

Que sepa que siempre vamos a caminar juntos de la mano y que estaré orgullosa de cada una de sus decisiones futuras, mi apoyo incondicional y mi amor eterno.

Dayana

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO.....	4
1.1 Antecedentes investigativos.....	4
<i>1.1.1 Antecedentes históricos</i>	<i>5</i>
1.2 Fundamentación teórica.....	5
<i>1.2.1 Planificación</i>	<i>5</i>
<i>1.2.1.1 Clasificación de la Planificación.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.1.2 Características de la planificación.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.1.3 principios de la planificación</i>	<i>7</i>
<i>1.2.1.4 Elementos de la planificación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.1.5 Ventajas y Desventajas de la Planificación.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.1.6 Estrategia.....</i>	<i>10</i>
1.2.2 Planificación estratégica	11
<i>1.2.2.1 Modelo de planificación estratégica</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2.2 Importancia de la Planificación estratégica</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2.3 Clasificación de la Planificación Estratégica</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2.4 Características de la Planificación Estratégica.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2.5 Beneficios de la planificación estratégica.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.2.6 Objetivos de la Planificación estratégica.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.2.7 Propósitos de la Planificación Estratégica.....</i>	<i>15</i>
1.2.3 Diagnóstico de la planificación.....	15
<i>1.2.3.1 Análisis Externo.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.3.2 Análisis Interno.....</i>	<i>16</i>
1.2.4 Matriz FODA	16
<i>1.2.4.1 Diagnostico estratégico externo.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4.2 Diagnóstico estratégico interno</i>	<i>17</i>

1.2.5	Matrices de evaluación	18
1.2.5.1	Matriz de evaluación de factores externos <i>EFE</i>	18
1.2.5.2	Matriz de evaluación de factores internos.....	19
1.2.5.3	Matriz de perfil competitivo.....	20
1.2.6	Misión	20
1.2.6.1	Importancia de elaborar la misión.....	21
1.2.6.2	Procedimiento para elaborar la misión.....	21
1.2.7	Visión	22
1.2.7.1	Importancia de la Visión.....	22
1.2.7.2	Como elaborar la visión.....	22
1.2.8	Objetivos estratégicos	22
1.3	Marco conceptual	23
1.4	Idea a defender	24
1.5	Variables	24

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	25
2.1	Modalidad de la investigación	25
2.1.1	<i>Investigación cuantitativa</i>	25
2.1.2	<i>Investigación cualitativa</i>	25
2.1.3	<i>Investigación de campo</i>	26
2.1.4	<i>Tipos de investigación</i>	26
2.1.5	<i>Investigación exploratoria</i>	26
2.1.6	<i>Investigación descriptiva</i>	26
2.1.7	<i>Investigación explicativa</i>	26
2.2	Población	27
2.2.1	<i>Muestra</i>	27
2.3	Métodos, técnicas e instrumentos	28
2.3.1	<i>Métodos de Investigación</i>	28
2.3.1.1	<i>Método Deductivo</i>	28
2.3.2	<i>Técnicas</i>	29
2.3.2.1	<i>Entrevista</i>	29
2.3.2.2	<i>Observación</i>	29
2.3.3	<i>Instrumentos de Investigación</i>	29
2.3.3.1	<i>Encuesta</i>	29
2.3.3.2	<i>Guía de Entrevista</i>	29

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	30
3.1	Resultados y discusión de resultados	30
3.1.1	Análisis de resultados	30
3.1.1.1	<i>Encuesta para los clientes de la empresa Amazon TVNET</i>	<i>30</i>
3.1.1.2	<i>Encuesta para los empleados de la empresa Amazon TVNET</i>	<i>40</i>
3.1.1.3	<i>Entrevista.....</i>	<i>51</i>
3.1.1.4	<i>Hallazgos.....</i>	<i>52</i>
3.2	Propuesta.....	53
3.2.1	<i>Alcance.....</i>	<i>53</i>
3.2.2	<i>Esquema de la propuesta.....</i>	<i>54</i>
3.3	Fase 1 (diagnóstico de planificación).....	55
3.3.1	<i>Historia.....</i>	<i>55</i>
3.3.2	<i>Misión actual de la empresa Amazon TvNet</i>	<i>55</i>
3.3.3	<i>Visión propuesta para la empresa Amazon TvNet.....</i>	<i>56</i>
3.3.4	<i>Valores corporativos</i>	<i>56</i>
3.3.5	<i>Organigrama estructural.....</i>	<i>56</i>
3.3.6	<i>Organigrama estructural propuesto para la empresa Amazon TvNet.....</i>	<i>57</i>
3.3.7	<i>Funciones.....</i>	<i>57</i>
3.3.8	<i>Foda empresa Amazon TvNet</i>	<i>64</i>
3.3.9	<i>Matrices.....</i>	<i>65</i>
3.3.9.1	<i>Matriz de Evaluación de factores externos (EFE).....</i>	<i>65</i>
3.3.9.2	<i>Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....</i>	<i>66</i>
3.3.9.3	<i>Matriz de perfil Competitivo (MPC).....</i>	<i>67</i>
3.3.10	<i>Objetivos Estratégicos.....</i>	<i>68</i>
3.3.11	<i>Políticas estratégicas.....</i>	<i>69</i>
3.3.12	<i>Índices de Gestión.....</i>	<i>71</i>
3.3.12.1	<i>Índices de eficacia</i>	<i>71</i>
3.3.12.2	<i>Índices de eficiencia</i>	<i>72</i>
3.3.12.3	<i>Índice de productividad</i>	<i>73</i>
3.3.13	<i>Seguimiento de control.....</i>	<i>74</i>
	CONCLUSIONES.....	76
	RECOMENDACIONES.....	77
	BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Matriz de evaluación de factores internos.....	18
Tabla 2-1:	Matriz de evaluación de factores internos.....	19
Tabla 1-3:	Población	27
Tabla 1-3:	La atención que brinda la empresa Amazon Tvnet.....	30
Tabla 2-3:	Los servicios que presta la empresa Amazon Tvnet	31
Tabla 3-3:	En los últimos meses que problemas ha tenido la empresa	32
Tabla 4-3:	Al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido	33
Tabla 5-3:	Está satisfecho con los servicios que brinda la empresa.....	34
Tabla 6-3:	Tipo de servicio que brinda la empresa Amazon Tvnet.....	35
Tabla 7-3:	Infraestructura de la cual dispone la empresa Amazon Tvnet	36
Tabla 8-3:	Está bien administrado la empresa Amazon Tvnet	37
Tabla 9-3:	Conoce la misión y la visión de la empresa Amazon Tvnet	38
Tabla 10-3:	Recomendaría los servicios que ofrece la empresa Amazon Tvnet.....	39
Tabla 11-3:	Conoce usted la misión y la visión de la empresa.....	40
Tabla 12-3:	Se identifica con la misión y visión de la empresa	41
Tabla 13-3:	Cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos	42
Tabla 14-3:	Cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales	43
Tabla 15-3:	Problemas que pueda existir si la empresa no cuenta con una planificación estratégica	44
Tabla 16-3:	El diseño de un plan estratégico mejora la gestión administrativa de la empresa	46
Tabla 17-3:	El trabajo fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales	47
Tabla 18-3:	Ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución.....	48
Tabla 19-3:	Considera que la administración de la empresa	49
Tabla 20-3:	Se encuentra bien definidas cada una de las funciones de los empleados	50
Tabla 21-3:	Foda de la empresa.....	64
Tabla 22-3:	Matriz de factores Externos	65
Tabla 23-3:	Matriz de factores Internos.	66
Tabla 24-3:	Matriz de perfil Competitivo	67
Tabla 25-3:	Objetivo estrategico	68
Tabla 26-3:	Poiticas estratégicas	69
Tabla 27-3:	Indice de eficiencia	71
Tabla 28-3:	Índices de eficiencia.....	72

Tabla 29-3: Índices de productividad	73
Tabla 30-3: Seguimos de control.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	La atención que brinda la empresa Amazon Tvnet	30
Gráfico 2-3:	Los servicios que presta la empresa Amazon Tvnet.....	31
Gráfico 3-3:	En los últimos meses que problemas ha tenido la empresa.....	32
Gráfico 4-3:	Al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido.....	33
Gráfico 5-3:	Está satisfecho con los servicios que brinda la empresa	34
Gráfico 6-3:	Tipo de servicio que brinda la empresa Amazon Tvnet	35
Gráfico 7-3:	Infraestructura de la cual dispone la empresa Amazon Tvnet.....	36
Gráfico 8-3:	Está bien administrado la empresa Amazon Tvnet	37
Gráfico 9-3:	Conoce la misión y la visión de la empresa Amazon Tvnet.....	38
Gráfico 10-3:	Recomendaría los servicios que ofrece la empresa Amazon Tvnet	39
Gráfico 11-3:	Conoce usted la misión y la visión de la empresa	40
Gráfico 12-3:	Se identifica con la misión y visión de la empresa.....	41
Gráfico 13-3:	Cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos	42
Gráfico 14-3:	Cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales.....	43
Gráfico 15-3:	Problemas que pueda existir si la empresa no cuenta con una planificación estratégica.....	44
Gráfico 16-3:	El diseño de un plan estratégico mejora la gestión administrativa de la empresa	46
Gráfico 17-3:	El trabajo fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales.....	47
Gráfico 18-3:	Ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución.....	48
Gráfico 19-3:	Considera que la administración de la empresa.....	49
Gráfico 20-3:	Se encuentra bien definidas cada una de las funciones de los empleados.....	50
Gráfico 21-3:	Diagnostico de la planificación	54
Gráfico 22-3:	Organigrama estructura	56
Gráfico 23-3:	Organigrama estructural propuesto	57

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar una planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet, Cantón Archidona, Provincia Napo periodo 2020-2025, mediante el análisis de la situación actual que permita establecer objetivos estratégicos para que se mejore su competitividad y eficiencia. Para lo cual se elaboró el marco teórico a través de diferentes fuentes bibliográficas que respalden el desarrollo del trabajo de investigación identificando cada una de las variables de estudio. La recopilación de la información se realizó a través de una entrevista realizada al gerente administrativo, observación y las respectivas encuestas a los empleados y clientes de la misma, además se realizó la matriz FODA, para determinar la situación actual de la entidad, información que permitió determinar los siguientes hallazgos, falta de una cultura organizacional, manual de funciones, inexistencia de una planificación estratégica. A partir del diagnóstico situacional se propone una misión y visión que se ajusten a las nuevas necesidades de los clientes, la sociedad y los organismos de control, también se establece objetivos estratégicos que ayuden al mejoramiento de la empresa. Mediante la planificación estratégica la empresa logrará el cumplimiento de sus objetivos estratégicos mejorando la competitividad y eficiencia logrando ser líderes en el cantón con un servicio de calidad y excelencia. Se recomienda difundir, implementar y evaluar el cumplimiento de la planificación estratégica que se ha realizado para la empresa Amazon TvNet, con el fin de mejorar la calidad del servicio de los clientes, así como del personal de la misma.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA>, < EVALUACIÓN>, <FACTORES EXTERNOS>, <FACTORES INTERNOS>, < PERFIL COMPETITIVO >.

REVISADO

17 FEB 2020

Ing. Jhonatan Parreño Uquillas, MBA
(ANALISTA DE BIBLIOTECA)



ABSTRACT

The objective of this research work was to design strategic planning for the Amazon TvNet company, Archidona Canton, Napo Province, 2020-2025 period, through the analysis of the current situation that allows establishing strategic objectives to improve its competitiveness and efficiency. The theoretical framework was developed through different bibliographic sources that support the development of the research work identifying each one of the study variables. The information was collected through an interview with the administrative manager, observation and surveys to the employees and customers. In addition, the SWOT matrix was applied to determine the current situation of the entity. This information allowed to determine the current situation of this entity; it showed lack of an organizational culture, lack manual of functions, lack of strategic planning. Based on the situational diagnosis, a mission and vision that adjust to the new needs of customers, society and control agencies are proposed. Also, it is recommended to establish strategic objectives that help the improvement of the company. Through strategic planning, the company will achieve the fulfillment of its strategic objectives, improving competitiveness and efficiency, becoming leaders in the canton with a service of quality and excellence. It is recommended to disseminate, implement and evaluate compliance with the strategic planning that has been carried out for the Amazon TvNet company in order to improve customer quality service.

Keywords: ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, STRATEGIC PLANNING, EVALUATION, EXTERNAL FACTORS, INTERNAL FACTORS, COMPETITIVE PROFILE.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de internet en el mundo ha traído un sin número de retos en el ámbito científico, humano y tecnológico que repercutirán en los parámetros sobre los cuales se formará y crecerá la sociedad futura, por ende su uso y desarrollo ha dado lugar a la creación de la sociedad de información y conocimiento, así también ha promovido la implantación de herramientas necesarias para el crecimiento de las personas en el ámbito personal y profesional, logrando la disminución de la brecha digital en la que se observan claramente las diferencias entre los países desarrollados y los no desarrollados.

Generalmente puede afirmarse que los servicios con valor agregado, como los es el internet, han tenido un notable desarrollo, a pesar de eso en el Ecuador todavía hay un gran porcentaje de la población que aún no goza de este servicio así se puede evidenciar, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), desde los hogares el uso y acceso a Internet ascendió en 2017 a un 37,2 % en comparación con el año 2009 (apenas 7,65 % de acceso), evidenciando una evolución positiva ya que este servicio ahora es más accesible para la ciudadanía. (EXTRA.EC 2019)

En la provincia de Napo el internet sigue siendo precario no ha llegado a todos los hogares debido a su dimensión geográfica y a su dificultad al acceso vial, por los cuales se dificulta más brindar este servicio por ello la empresa Amazon TvNet trata de ofrecer un servicio de óptima calidad llevando internet a todos los destinos de la provincia y en especial en el Cantón Archidona, por lo cual se ha tomado la decisión de realizar una planeación estratégica que le permita anticiparse a los factores del entorno y la evolución del mercado, y afrontar sus efectos, con el fin de alinearse estratégicamente para permanecer y crecer en el negocio, mediante la ejecución de procesos sistemáticos a través de planes de acción en todos los niveles de la empresa permitiendo llevar una adecuada administración estratégica.

Actualmente la Empresa Amazon TvNet, no cuenta con una planificación estratégica que le permita establecer programas, proyectos, presupuestos que ayude a su crecimiento, el cual ha sido lento a través de los años y no ha tenido el impacto deseado en el mercado que lo ayude a imponerse como una empresa de gran nivel dentro de la región, por lo que se decidió formular el Plan Estratégico Institucional (PEI) para el período 2020 – 2025.

En los últimos años en la Empresa Amazon TvNet se ha identificado problemas relacionados a la falta de una planificación estratégico como;

Inconvenientes para los líderes de la organización al momento de establecer su competitividad en el mercado con miras al futuro en el cumplimiento de sus metas y objetivos, al igual que dificultades al establecer la secuencia en que deberían ser alcanzados los objetivos para lograr llegar a la visión propuesta, así mismo presentan problemas al momento de la toma de decisiones como el enfoque de energía, recursos y fortalecimiento de las operaciones prioritarias para la empresa, orientadas al cumplimiento de las metas organizacionales, acompañada de la falta de evaluación a los factores internos y externos actuales que identifiquen así amenazas y oportunidades en beneficio de la Empresa Amazon TvNet, ocasionando la inexistencia de proyecciones a futuro a fin de prever las necesidades presupuestarias y su correcta aplicación o utilización en favor de la misma, a través de evaluaciones secuenciales que ayuden a identificar el grado de eficiencia y eficacia, así como posibles falencias que entorpezcan su crecimiento y desarrollo como empresa en el mercado competitivo.

¿Cómo la planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet, Cantón Archidona, ¿provincia napo periodo 2020-2025“mejorará la competitividad y eficiencia de la empresa?

Campo: Diseño de una planificación estratégica

Área: Administrativa

Delimitación temporal: año 2020-2025

Delimitación Espacial:

Empresa: Amazon TvNet

Provincia: Napo

Cantón: Archidona

Dirección: Av. Napo y Jondachi

Justificación

El desarrollo de un Plan Estratégico bien estructurado es una guía para el área administrativa y así tomen decisiones acertadas, afines al desarrollo de la empresa que les permitan tener a su vez una visión y misión acorde los requerimientos de todos sus miembros, contribuyendo al desarrollo de sus funciones administrativas de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos que desarrolla la misma, pudiendo alcanzar a plenitud los más altos niveles de eficiencia y eficacia. Por lo cual es adecuado el desarrollo de una planificación estratégica para mejorar la administración de la empresa Amazon TvNet.

El diseño metodológico se justifica con la realización de la fase filosófica, fase analítica, fase estratégica, fase operativa, fase decisoria y fase evaluativa.

Con el diseño de un plan estratégico se espera ofrecer una herramienta de apoyo a la gestión administrativa, para que los administradores y funcionarios tengan una guía en la toma de decisiones, permitiendo diagnosticar las variables externas e internas que afectan la situación de la empresa, creando estrategias de corto y largo plazo que se pongan en marcha y establecer el direccionamiento estratégico como motor principal de la entidad.

Los beneficiarios directos serán los directivos y empleados de la empresa Amazon TvNet ya que se contribuirá al desarrollo interno y externo de la empresa, proporcionando un instrumento que ayude al mejoramiento de la gestión administrativa. Los beneficiarios indirectos son los clientes quienes gozarán de un mejor servicio de calidad.

Esta investigación planteada se basa en la necesidad de elaborar una planificación estratégica en vista que la empresa Amazon TvNet necesita un re direccionamiento en sus funciones, para llegar al cumplimiento de sus objetivos y metas planteadas anteriormente, para lo cual se va a contar con el apoyo del área administrativa y gerencial de la misma, y así llegar a cumplir mi objetivo de presentar un plan estratégico que ayude al mejor funcionamiento y a la toma de una decisión veraz y acertada en la empresa.

Objetivo general

“Diseñar una planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet, Cantón Archidona, Provincia Napo periodo 2020-2025, mediante el análisis de la situación actual que permita establecer objetivos estratégicos para que se mejore su competitividad y eficiencia.”

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Amazon TV Net, mediante la aplicación del FODA para obtener bases importantes para el desarrollo de la investigación.
- Desarrollar objetivos estratégicos para la empresa mediante el diagnóstico realizado que permita el mejoramiento de la competitividad y eficiencia de la empresa.
- Presentar la propuesta de planificación estratégica para la empresa Amazon TV Net a través de la aplicación del método Fred R. David que permita el mejoramiento de la competitividad y eficiencia.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Para el presente trabajo de investigación se detallan las siguientes tesis que han servido de soporte y/o guías para la elaboración.

Elaboración de un plan estratégico para el Comercial Tello de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, período 2018-2022. Con la finalidad de diseñar estrategias acordes a la dirección estratégica que se dé dentro de la investigación para mejorar la gestión Administrativa – Financiera a la vez incrementar sus utilidades y así poder generar competitividad y confianza. (Chamba, 2019)

Planificación estratégica para la Empresa “SVTEX”, de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, período 2016-2020. Con la finalidad de diagnosticar su situación actual y diseñar estrategias que permitan un mejor posicionamiento en el mercado textil. Se concluye que una planificación estratégica adecuada permitirá mejorar el posicionamiento de la empresa SVTEX, recomendando que la misma sea implementada de manera inmediata. (López, 2017)

La elaboración de un Plan Estratégico para la Sub Distribuidora Pacalaza S.A. de servicios de internet Netlife, permitirá identificar el potencial mercado al cual dirigir los esfuerzos y cumplir los niveles de ventas esperados por los accionistas, por ende, atender y aprovechar la creciente demanda, cumplir con los niveles de resultados requeridos por la Distribuidora. (Campos, 2018)

De los tres trabajos analizados anteriormente puedo determinar que, existiendo una planificación estratégica en la empresa Amazon TvNet, puede incurrir satisfactoriamente en el mejoramiento de su competitividad y eficiencia.

1.1.1 Antecedentes históricos

La Empresa Amazon TvNet, fue creada el 10 de septiembre de 2002, está ubicada en la provincia Napo, Cantón Archidona la cual actualmente cuenta con dos sucursales en el cantón Archidona; su Gerente el Ingeniero Wilson Ernesto Valladares Perugachi tiene en el mercado aproximadamente 17 años al servicio de sus clientes y especialmente a los moradores del cantón Archidona.

La Empresa cuenta con 7 empleados en su totalidad tanto en su matriz como en su sucursal; es decir con 2 empleados en su matriz, 1 en su sucursal y 4 técnicos de instalación los cuales se dedican a la instalación del servicio de internet con su esfuerzo y dedicación sacan adelante la Empresa; contando así con aproximadamente 380 clientes.

La Empresa Amazon TvNet, se crea con el fin de brindar el servicio de internet de alta velocidad, ofrece internet por fibra óptica inalámbrico, internet de TV por cable (fibra óptica) e internet por radio enlace antena. La Empresa es un intermediario entre los campesinos y el mundo de la tecnología, enfocados en el pueblo archidonense, para evitar los abusos de precios altos por parte de la competencia y así manteniendo los considerables márgenes de ganancia se queden dentro del cantón y la provincia.

1.2 Fundamentación teórica

Una vez revisado las diferentes fuentes bibliografías se establece lo siguiente:

1.2.1 Planificación

La planeación implica definir los objetivos de la organización, establecer estrategias para lograr dichos objetivos y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades de trabajo. Tiene que ver tanto con los fines (qué) como con los medios (cómo). (Robbins & Coulter, 2010)

La planificación es un conjunto de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado teniendo en cuenta el escenario actual y los factores internos y externos que puede influir en el logro de los objetivos. (Rojas & Medina, 2012)

1.2.1.1 Clasificación de la Planificación.

Según (Chiavenato, 2004) la planificación se clasifica en:

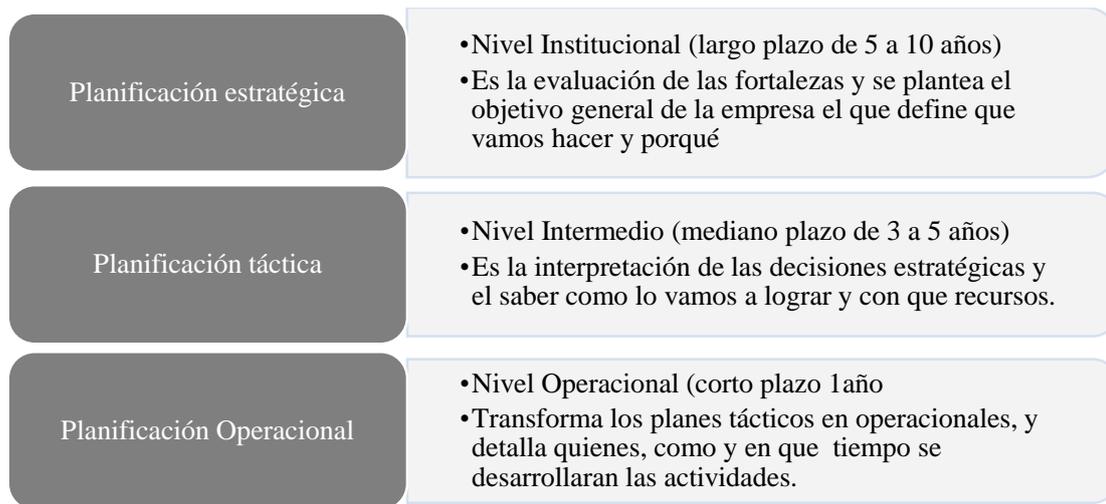


Figura 1-1: Planificación

Fuente: (Chiavenato, 2004)

Elaborado: Calapucha, D. 2019

1.2.1.2 Características de la planificación.

Según (Universidad, 2012)

1. La planificación es un proceso permanente y continuo.
2. La planificación está siempre orientada hacia el futuro, está ligada a la previsión.
3. La planificación busca la racionalidad en la toma de decisiones: al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio.
4. La planificación constituye un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales.
5. La planificación es sistemática: la planificación debe tener en cuenta el sistema y subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad.
6. La planificación es repetitiva: incluye pasos o fases que se suceden. Es un proceso que forma parte de otro mayor: el proceso administrativo.
7. La planificación es una técnica de asignación de recursos: tiene por fin la definición, el dimensionamiento y la asignación de los recursos humanos y no humanos de la empresa, según se haya estudiado y decidido con anterioridad.
8. La planificación es una técnica cíclica: la planificación se convierte en realidad a medida que se ejecuta. A medida que va ejecutándose, la planificación permite condiciones de evaluación y medición para establecer una nueva planificación con información y perspectivas más seguras y correctas.
9. La planificación es una función administrativa que interactúa con las demás; está estrechamente ligada a las demás funciones – organización, dirección y control – sobre las

que influye y de las que recibe influencia en todo momento y en todos los niveles de la organización.

10. La planificación es una técnica de coordinación e integración: permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previstos.
11. La planificación es una técnica de cambio e innovación: constituye una de las mejores maneras deliberadas de introducir cambios e innovaciones en una empresa, definidos y seleccionados con anticipación y debidamente programados para el futuro.

1.2.1.3 principios de la planificación

Según (Universidad, 2012) los principios de la planificación más importantes son los siguientes:

- Principio de la contribución a lograr y facilitar la consecución de los objetivos de la organización, con interés particular en alcanzar el objetivo principal.
- Principio de la primacía de la planificación – la primera función administrativa que desempeña la gerencia es la planificación, que facilita la organización, la dirección y el control.
- Principio de la iniciación de la planificación en la alta gerencia – porque esta es responsable de alcanzar los objetivos de la organización y la forma más eficaz de lograrlos es por la planificación.
- Principio de la penetración de la planificación – pues la planificación abarca todos los niveles de la empresa.
- Principio de la eficiencia de operaciones por planificación – las operaciones serán eficientes si se efectúan mediante un proceso formal de planificación que abarque objetivos, estrategias, programas, políticas, procedimientos y normas.
- Principio de la flexibilidad de la planificación – el proceso de planificación y los planes resultantes deben ser adaptables a las condiciones cambiantes.
- Principio de sincronización de la planificación – los planes a largo plazo están sincronizados con los planes a mediano plazo, los cuales, a su vez, lo están con los a corto plazo.
- Principio de los factores limitantes – los planificadores deben tomar en cuenta los factores limitantes (mano de obra, dinero, máquinas, materiales y administración) conjuntándolos cuando elaboren los planes.
- Principio de estrategias eficaces – una guía para establecer estrategias viables consiste en relacionar los productos y servicios de la empresa con las tendencias actuales y con las necesidades de los consumidores.

- Principios de programas eficaces – para que los programas sean eficaces deben ser una parte esencial de la planificación a corto y largo plazo y deben estar integrados a la planificación estratégica, táctica y operacional.
- Principios de políticas eficaces – las políticas se basan en objetivos de la organización; mediante estas es posible relacionar objetivos con funciones, factores físicos y personal de la empresa; son éticas definidas, estables, flexibles y suficientemente amplias; y son complementarias y suplementarias de políticas superiores.

1.2.1.4 Elementos de la planificación

Según (Gallardo, 2011) los elementos de la planificación son:



Figura 2-1: Elementos de la planificación

Fuente: (Gallardo, 2011)

Elaborado: Calapucha, D. 2019

Misión y objetivos: resultados deseados para individuos, grupos y organizaciones enteras. Marcan la dirección de todas las decisiones administraciones y forman los criterios con los que se miden los logros reales en el trabajo (Coulter & Robbins, 2005).

Planes: documentos en los que se explica cómo se van a alcanzar las metas, así como la asignación de recursos, calendarios y otras acciones necesarias para concretarlas (Coulter & Robbins, 2005).

Estrategia: patrón de acciones y recursos diseñados para alcanzar las metas de la organización (Bateman & Snell, 2009).

Programa: Conjunto de planes de una sola vez (diseñado para una actividad o período específico) para un proyecto importante dentro de las metas globales de la organización. La alta dirección diseña y vigila los programas (Robbins & Decenzo, 2008).

Políticas: Representan directrices generales, destinadas a orientar y enmarcar la toma de decisiones (Hernandez, 2012).

Reglas (Normas): Instrucción imperativa sobre el modo en que debe actuarse, describiendo sin margen alguno de discrecionalidad, qué puede o no puede hacerse y como deberá llevarse a cabo (Hernandez, 2012).

Procedimiento: Conjunto de pasos sucesivos que se da para responder a un problema estructurado (Coulter & Robbins, 2005).

Presupuesto: Expresan la cuantificación (normalmente en términos monetarios) de los planes (Hernandez, 2012). Plan numérico que expresa resultados esperados en términos monetarios para un período específico; se usa como guía de planificación y control. En su elaboración participan casi todos los directivos de cualquier nivel. Por lo general, los supervisores preparan su presupuesto de gastos del departamento y lo presentan al gerente del nivel superior para su revisión y aprobación. Los tiene que aprobar la alta dirección (Robbins & Decenzo, 2008).

1.2.1.5 Ventajas y Desventajas de la Planificación.

Para (Rojas & Medina, 2012) las ventajas de la planeación prevé el grado de confianza en el asertividad frente a las decisiones, con ella se puede medir si se ha cumplido o no los objetivos, mientras que las desventajas se toman como falencias de la planificación.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PLANEACION		
<p>VENTAJA: Ayuda a los administradores a estar orientados hacia el futuro, a poder mirar más allá de los problemas habituales para así proyectar lo que va a pasar en un futuro.</p> <p>DESVENTAJA: Los administradores carecen de toda la información de su organización el cual le impide realizar una planeación adecuada.</p>	<p>VENTAJA: Coordinación de las decisiones, estas deberían ser tomadas con cautela ya que no podemos saber con lo que va a repercutir en el mañana. La planeación ayuda a los administradores a siempre coordinar sus decisiones.</p> <p>DESVENTAJA: El factor externo siempre es cambiante lo cual de una u otra manera va a afectar a la planeación que la organización tenga proyectada.</p>	<p>VENTAJA Los administradores siempre deben estar forzados a recordar los objetivos que tienen planteados para su organización y así lograrlos.</p> <p>DESVENTAJA: El tiempo es otro factor que impide a los administradores a verificar si todos los planes se están ejecutando de manera correcta.</p>

Figura 3-1: Ventajas y desventajas de la planificación

Fuente: (Rojas & Medina, 2012)

Elaborado: Calapucha, D. 2019

1.2.1.6 Estrategia

Para (Garrido, 2000) La estrategia es un elemento en una estructura de cuatro partes. Primero están los fines a alcanzar; en segundo lugar, están los caminos en los que los recursos serán utilizados; en tercer lugar, las tácticas, las formas en que los recursos que han sido empleados han sido realmente usados y, por último, en cuarto lugar, están los recursos como tales, los medios a nuestra disposición.

Para este autor el éxito de una estrategia dependerá de múltiples factores entre otros:

- Lo acertado de nuestro análisis de recursos, capacidades, fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades,
- La evaluación que hayamos podido hacer de nuestros competidores,
- La evolución del entorno y su consonancia con nuestras previsiones, planes y cálculos,
- Las acciones de la competencia.

La estrategia es el modelo de objetivos, propósitos o metas y de las principales políticas y planes para alcanzarlos, planteados de tal manera que definen en qué negocio está o va a estar la compañía y la clase de compañía que es lo que va a ser. (Steiner, 2007)

1.2.2 Planificación estratégica

Según (Armijo, 2009) la planificación estratégica es:

La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. Consiste en un ejercicio de formulación y establecimientos de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos.

La planificación estratégica es un proceso que antecede al control de gestión, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos establecidos para el cumplimiento de la misión.

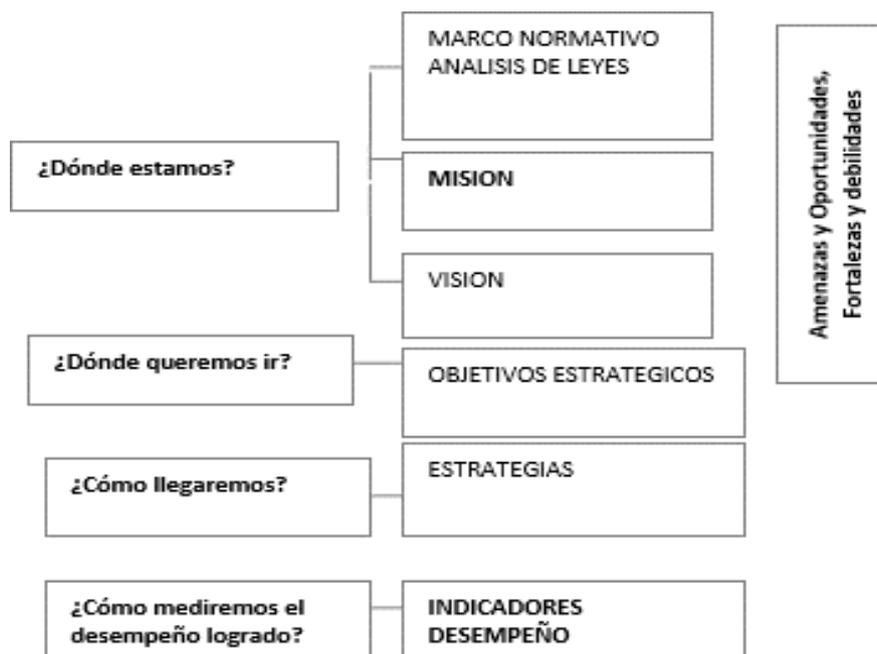


Figura 4-1: Proceso de la planificación estratégica

Fuente: (Armijo, 2009)

1.2.2.1 Modelo de planificación estratégica

Según (David, 2003) señala que la PE se desglosa en tres (3) etapas, con las siguientes fases:

1. Formulación de la estrategia.

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

2. Implantación de estrategias

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

3. Evaluación de la estrategia

- Medición y evaluación del rendimiento.

Asimismo, establece que las auditorías tanto externa como interna conllevan a la elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Externos y la Matriz de Evaluación de Factores Internos, para las cuales es necesaria la participación de los gerentes y empleados de la organización.

“La implantación de la estrategia se conoce a menudo como la etapa de acción estratégica, significa movilizar a los empleados y gerentes para poner en acción las estrategias formuladas.” El autor considera esta etapa como la más exigente y que requiere de mayor disciplina, así como de una amplia motivación de los gerentes hacia sus empleados.

En la última etapa, evaluación de la estrategia, David manifiesta que “los gerentes necesitan saber cuándo ciertas estrategias no funcionan adecuadamente; y la evaluación de la estrategia es el principal medio para obtener esta información.”

Del mismo modo, plantea que en esta etapa existen tres actividades fundamentales:

- 1) la revisión de los factores externos e internos en que se basan las estrategias actuales:
- 2) la medición del rendimiento, y
- 3) La toma de medidas correctivas.”

1.2.2.2 Importancia de la Planificación estratégica

Según (Armijo, 2009) :

La planeación estratégica nos ayuda a adquirir un concepto muy claro de nuestra organización, lo cual se hace a su vez posible la formulación de planes y actividades que nos lleven hacia sus metas, además permite prepararse para hacer frentes a los rápidos cambios del ambiente en que opera la organización.

La planificación estratégica es un proceso continuo que requiere constante retroalimentación acerca de cómo están funcionando las estrategias. En el sector privado, las organizaciones tienen señales de su desempeño a través de indicadores claros, tales como las utilidades, los retornos sobre la inversión, las ventas, etc. Los indicadores entregan información valiosa para la toma de decisiones respecto del curso de las estrategias, validándolas o bien mostrando la necesidad de efectuar un ajuste.

1.2.2.3 Clasificación de la Planificación Estratégica

Según (Navajo, 2009) se implanta una posible clasificación como es:

- **Corto Plazo:** Normalmente un año o menos. Suele ser el periodo de proyectos o de planes operativos.
- **Mediano Plazo:** De tres a cinco años. Es utilizado para proyectar tendencias y resultados esperados.
- **Largo Plazo:** Diez o más años. Para planificaciones de este paso temporal se asume un ambiente externo relativamente estable

1.2.2.4 Características de la Planificación Estratégica.

Según (Rodríguez J. , 2005) la planeación estratégica es planeación a largo plazo, que enfoca a la organización como un todo y sus principales características son:

- •Actividad en la que tiene que intervenir la dirección superior.
- •Trata con cuestiones básicas.
- •Ofrece un marco para la planeación detallada y para decisiones gerenciales cotidianas
- •Se trata de una planeación de largo alcance.

- Analiza el medio ambiente interno y externo de la empresa

1.2.2.5 Beneficios de la planificación estratégica

Según (Quintal, 2005) considera que entre los beneficios más importantes se encuentran los siguientes:

- ✓ Mejorar la eficiencia y la efectividad organizacional.
- ✓ Construir un equipo de trabajo experto.
- ✓ Mejorar la toma de decisiones con una perspectiva externa y una amplia base interna.
- ✓ Mejorar las comunicaciones y relaciones públicas.
- ✓ Proporcionar apoyo político.
- ✓ Incrementar la productividad de los empleados.
- ✓ Reforzar la capacidad de las organizaciones para prevenir problemas.
- ✓ Como proceso de capacitación a los directivos.
- ✓ Crear sentido de participación a todos los niveles.
- ✓ Proporcionar una mayor capacidad para manejar las situaciones de incertidumbre.
- ✓ Detectar oportunidades y amenazas que se generan en el entorno, y ubicar las fortalezas y debilidades de la organización.
- ✓ Producir información estratégica para la toma de decisiones.

1.2.2.6 Objetivos de la Planificación estratégica.

Según (Ortega, 2014) los objetivos de la PE son:

- Definir lo que deberá ser la organización en el futuro
- Crear escenarios futuros de lo que será el contexto de la organización
- Definir con anticipación los factores estratégicos clave con relación al futuro
- Establecer el camino óptimo para enlazar la organización de hoy con la que deberá ser en el futuro
- Conquistar una posición ventajosa centrada en los clientes
- Identificar a la competencia y confrontarse con ella para precisar prerrogativas y desventajas
- Identificar oportunidades significativas que se traduzcan en ventajas competitivas

1.2.2.7 Propósitos de la Planificación Estratégica.

- Lograr los objetivos deseados en los negocios
- Tener una herramienta de control de la alta dirección
- Tratar con aspectos de incertidumbre
- Combinar propósitos al enfrentar futuros inciertos. (Ortega, 2014)

1.2.3 Diagnóstico de la planificación

Según (Rojas & Medina, 2012) señala que:

Este diagnóstico es una evaluación de lo que la organización es, un análisis de la situación real y presente de la empresa, con el fin de identificar las falencias y oportunidades en el futuro.

Esta es la etapa en la que el administrador accede a información muy importante y si esta información no está organizada o no es analizada puede causar dificultades en la administración de la empresa, si la información es efectiva dará resultado a que el administrador tome decisiones acertadas.

El análisis o diagnóstico de planificación es el punto clave para empezar una planificación estratégica de una organización, entonces el diagnóstico es un paso de suma importancia donde la administración de la empresa recopila, analiza e interpreta la información para que así en un tiempo posterior se pueda predecir los eventos futuros que se darán en la organización.

1.2.3.1 Análisis Externo.

Según (Campoy, 2010) señala que:

Este análisis consiste en examinar los elementos externos de la organización como su palabra mismo lo indica para así poder identificar las oportunidades y las amenazas. Una oportunidad es un suceso que perjudica a la organización.

Estos factores que tiene la empresa no se los pueden controlar porque pueden ser una barrera o también una limitación que afecta a los beneficios de la misma.

1.2.3.2 *Análisis Interno.*

Según (Campoy, 2010) señala que:

Este análisis consiste en identificar los puntos estratégicos fuertes y débiles de la empresa, las fortalezas son elementos favorables para el prestigio de la empresa, es decir las actividades que se desempeñan bien, en cambio las debilidades son las capacidades, recursos que limitan las posibilidades de aprovechar las oportunidades por lo que las organizaciones de una u otra manera tienen que evitarlas

1.2.4 *Matriz FODA*

Según (Fernandez, 2012)

Para poder realizar un diagnóstico integral de la situación de una empresa se recurre al denominado Análisis DAFO, que es una de las principales herramientas estratégicas que se utilizan en el mundo empresarial para la identificación de factores estratégicos críticos.

El nombre de esta técnica, DAFO, proviene de las iniciales de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades y también es conocido por sus siglas en inglés, SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities y Threats)

- **Debilidades:** también conocidas como Puntos Débiles, son aquellos aspectos de la empresa o del proyecto, que constituyen obstáculos internos para el desarrollo de la idea de negocio o que limitan o reducen la capacidad de crecimiento de la empresa.
- **Amenazas:** nos referimos a las fuerzas del entorno de la empresa que o bien podrían afectar negativamente las posibilidades de implantar una estrategia empresarial y de conseguir los objetivos empresariales, o bien incrementan sus riesgos empresariales.
- **Fortalezas:** o Puntos Fuertes que son ventajas competitivas de la empresa o proyecto, es decir las características propias que facilitan o favorecen el logro de los objetivos empresariales y que le permiten aprovechar las oportunidades del mercado.
- **Oportunidades:** son aquellas situaciones que se encuentran en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de sus objetivos o bien representar una posibilidad de mejorar su rentabilidad o de aumentar su cifra de negocio.

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
	F ₁ F ₂ ... F _n	D ₁ D ₂ ... D _n
Factores externos		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O ₁ O ₂ ... O _n	FO ₁ FO ₂ ... FO _n	DO ₁ DO ₂ ... DO _n
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A ₁ A ₂ ... A _n	FA ₁ FA ₂ ... FA _n	DA ₁ DA ₂ ... DA _n

Figura 5-1: Matriz FODA de estrategias

Fuente: (Sánchez, 2015)

1.2.4.1 Diagnostico estratégico externo

(Chiavenato Idalberto, 2011) “Toda organización vive y opera en el entorno que la circula. Esta encierra el conjunto de todas las demás organizaciones y de todos los factores que representan las influencias externas que operan sobre ella. Dado que el entorno es dinámico y cambiante, toda reforma en la organización puede alterar esos factores del medio, al igual que toda variación en esos factores pueden transformar la organización. Una organización debe conocer su entorno para tener éxito. Para tal efecto debe obtener información acerca del contexto de los negocios, buscar las posibles amenazas y oportunidades y encontrar la mejor manera de evitar o enfrentar esas situaciones para poder solucionarlas”

1.2.4.2 Diagnóstico estratégico interno

(Chiavenato Idalberto, 2011) El diagnóstico estratégico interno permite la localización de las principales áreas de potencialidad o fortaleza y las fuentes o bases de ventajas competitivas, así como las limitaciones y restricciones de la organización frente a la planificación estratégica. Esta área corresponde a la alta dirección, además de la visión periférica y panorámica para ver y sentir el entorno distante, los directores deben tener una idea profunda y un enfoque introspectivo de lo que a organización puede ser en el futuro.

1.2.5 Matrices de evaluación

1.2.5.1 Matriz de evaluación de factores externos EFE

Según (Vela, 2018) señala:

La matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Las estrategias no surgen por arte de magia, porque es algo estudiado, analizado y trazado, permitiendo aprovechar el entorno que estos compuestos por factores demográficos, socioculturales, político / legal, tecnológicos, económicos, ambientales, globales y competitiva.

Pasos:

1. Una lista de factores críticos anotando primero las oportunidades y luego las amenazas.
2. Asignar un peso relativo a cada factor, de (0.00) no muy importante a (1) muy importante.
3. Asigna una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito.
4. Multiplica el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada
5. Suma las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la empresa.

Tabla 1-1: Matriz de evaluación de factores externos

Factores críticos.	peso	Calificación de factores determinantes	Multiplicar peso x cada calificación
Oportunidades amenazas	De (0.00) no muy importante a(1) muy importante	Calificación de (1) a (4) de cada uno de los factores	Calificación ponderada ejemplo:(0.25x2)
total	Anotar primero las oportunidades y luego las amenazas.		Suma de todas las Calificaciones ponderada

Fuente: (Gehisy, 2016)

Elaborado por: Calapucha, D. 2019

La clave de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos, consiste en que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas. (Gehisy, 2016)

1.2.5.2 Matriz de evaluación de factores internos

Según (Gehisy, 2016) señala que:

Se realiza a través de una auditoría interna para identificar tanto las fortalezas como debilidades que existen en todas las áreas del negocio.

Sirve para formular estrategias, ya que resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en áreas funcionales de una organización ofreciendo una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas.

1. Hacer una lista de fortalezas y debilidades (anotar primero las fortalezas y después las debilidades).
2. Asigna el peso relativo (asignar un peso relativo a cada factor, de 0.0 (sin importancia) a 1.0 (muy importante), de tal manera que la suma de todos los pesos asignados a los factores sea igual a 1.0.).
3. Asigna la clasificación (Debes asignar una clasificación entre 1 y 2 a cada una de las debilidades y entre 3 y 4 a las fortalezas).
4. Multiplica cada factor con su clasificación.
5. Determina el valor ponderado (el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5.).

Tabla 2-1: Matriz de evaluación de factores internos

Factores críticos	Peso relativo	calificación	Puntuación
Fortalezas Debilidades	Desde (0.00)sin importancia a (1) muy importante	Debes asignar una clasificación entre 1 y 2 a cada una de las debilidades y entre 3 y 4 a las fortalezas 1: debilidad mayor 2: debilidad menor 3: fortaleza menor 4:fortaleza mayor	Multiplicar peso x calificación
TOTAL			Resultado: Mayor o igual a 2.5: Tendencia positiva , inferior a 2.5: tendencia negativa

Fuente: (Gehisy, 2016)

Elaborado por: Calapucha, D. 2019

1.2.5.3 Matriz de perfil competitivo.

La matriz del perfil competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio. (Fred, 2013)

La matriz del perfil competitivo es una herramienta en donde se comparan las empresas, así como también sus fortalezas y debilidades, con el objetivo de comprender mejor el entorno externo y la competencia que existe.

Tabla 3-1: Matriz de Perfil Competitivo

Factores críticos	Peso	calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
Fortalezas debilidades	Desde (0.00)sin importancia a (1) muy importante	La forma en la que se está desarrollando en las diferentes áreas.	Multiplicar peso x calificación		Multiplicar peso x calificación
total	1	Debes asignar una clasificación entre 1 y 2 a cada una de las debilidades y entre 3 y 4 a las fortalezas 1: debilidad mayor 2: debilidad menor 3: fortaleza menor 4:fortaleza mayor			

Fuente: (Maestría en investigación de operaciones :planificación estratégica., 2008)

Elaborado: Calapucha, D. 2019

1.2.6 Misión

Para (Armijo, 2009) manifiesta que:

La misión es una descripción de la razón de ser de la organización, establece su “quehacer” institucional, los bienes y servicios que entrega, las funciones principales que la distinguen y la hacen diferente de otras instituciones y justifican su existencia.

Para (Ronda & Marcané , 2009) manifiesta que:

Toda organización tiene una misión con una doble dimensión una económica y otra social, la económica siendo la necesidad crítica de ser rentable y la social haciendo referencia a aspectos inespecíficos como generar y desarrollar profesionales.

1.2.6.1 Importancia de elaborar la misión.

Para (Armijo, 2009):

La Misión puede ser un ejercicio tanto de identificación o definición de la misma, como de revisión y a veces actualización.

El ejercicio de trabajar con la Misión está circunscrito al ámbito de decisiones directivas, en los más altos niveles de responsabilidad organizacional, dado que enmarca los productos y los resultados por los cuales la organización debe responder a sus usuarios y a la ciudadanía.

1.2.6.2 Procedimiento para elaborar la misión.

Para (Armijo, 2009):

- Cuál es el propósito de la Organización.
- Qué hace: descripción de los Productos Finales (Bienes y servicios que entrega).
- Para quiénes: identificación de los Usuarios o beneficiarios a quiénes van dirigidos los productos finales (bienes y servicios)
- Cuál es el efecto que se espera lograr: (resultado final) en la población objetivo a la que se dirige su accionar, a través de los productos provistos.

No es conveniente ser ortodoxos respecto de la redacción de una misión, puede ser tan larga o tan breve como el equipo a cargo de su definición lo crea conveniente.

Sin embargo, su lectura debe permitir a todos los interesados (propia institución, los usuarios, ciudadanos, etc.) comprender cuál es la esencia o especificidad del quehacer institucional (que le confiere identidad) y que justifica públicamente su existencia.

1.2.7 Visión

Para (Armijo, 2009):

La visión corresponde al futuro deseado de la organización. Se refiere a cómo quiere ser reconocida la entidad, representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público.

1.2.7.1 Importancia de la Visión.

- Compromete públicamente las aspiraciones institucionales, dando un efecto de cohesión a la organización.
- Permite distinguir y visualizar el carácter público y cómo la intervención gubernamental se justifica desde el punto de vista de lo que entrega a la sociedad
- Complementa el efecto comunicacional de la misión y enmarca el quehacer institucional en los valores que la sociedad espera de la entidad pública.

1.2.7.2 Como elaborar la visión

- Puede ser más amplia que la Misión Institucional, y debe contener aspectos que permitan a los usuarios ciudadanos identificar que pueden esperar de la Entidad en cuanto a valores, creación de oportunidades, proyección, etc.
- Se debe evitar repetir las funciones, y los productos que caracterizan la definición de la misión. Asimismo, no deberían señalarse aquellos aspectos relacionados con los proyectos de modernización de corto plazo.

1.2.8 Objetivos estratégicos.

Para (Dess, Lumpkin & Eisner, 2011)

Los objetivos estratégicos se emplean para poner en práctica la declaración de la misión, es decir sirve para orientar la forma en que la organización puede cumplir o avanzar hacia las metas, más allá de su jerarquía: la misión y visión; por tanto, son más específicas y de tiempo más definido.

Son objetivos amplios y globales de la organización para lograr determinadas metas, es decir son los resultados que la empresa desea alcanzar en un largo tiempo, los objetivos es un paso que se

da entre la misión y la visión de la empresa, estos deben ser definidos de forma clara y precisa ya que de eso depende el futuro de la misma.

Características de los objetivos	
Claros	Los objetivos deben tener una definición clara, entendible y precisa
alcanzables	Los objetivos deben ser posibles de alcanzar, deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta las posibilidades y los recursos.
Medibles	Los objetivos deben ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo.
Coherentes	Los objetivos deben estar alineados con otros objetivos, con la visión, la misión, las políticas, la cultura organizacional y valores de la empresa.
Realistas	Los objetivos deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretende cumplir.
Desafiantes	Los objetivos deben representar algo un desafío o un reto a lograr por la empresa.

Fuente: (Salazar & Terán, 2015)

Elaborado: Calapucha, D. 2019

1.3 Marco conceptual.

Objetivos estratégicos: Expresa un resultado esperado relacionado con un efecto de mediano plazo que contribuye a la Misión. (Armijo, 2009)

Eficiencia: Describe la relación entre dos magnitudes: La producción física de un producto (bien o servicio) y Los insumos o recursos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de producción Mayor cantidad de servicios dado el mismo nivel de recursos Alcanzar un determinado nivel de servicios utilizando la menor cantidad de recursos posible. (Armijo, 2009)

Planeación: La planificación es una técnica para minimizar la incertidumbre y dar más consistencia al desempeño de la empresa. (Chiavenato, 2004)

Estrategia: Las estrategias son las directrices que ayudan a elegir las acciones adecuadas para alcanzar las metas de la organización. Permiten la definición de las metas, los Programas y planes de acción y la base para las prioridades en la asignación de recursos. (Armijo, 2009)

Misión: Misión o propósito es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. (Diez, 2014)

Proceso: Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad. (Munch, 2009)

Competitividad: Competitividad es la capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener unas **ventajas comparativas** que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa. (Gestiopolis, 2008)

Valores: son los componentes que rigen las reglas dentro de las cuales deben colaborar los integrantes del equipo. Es importante que los valores vayan acorde a la esencia de la institución. (Taylor, 2010)

Políticas: Las políticas también son planes, pues son declaraciones o interpretaciones generales que orientan o dirigen las reflexiones para la toma de decisiones. (Koontz, Weihrich & Cannice, 2012)

Programas: Los programas son un complejo de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para realizar un curso de acción determinado; por lo regular cuentan con el apoyo de un presupuesto asignado. (Koontz, Weihrich & Cannice, 2012)

1.4 Idea a defender

El diseño de una planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet, Cantón Archidona, provincia napo periodo 2020-2025, mejorará la competitividad y eficiencia.

1.5 Variables

- **Variable independiente**

Planificación estratégica

- **Variable dependiente**

Competitividad y eficiencia.

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Modalidad de la investigación

2.1.1 *Investigación cuantitativa*

La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas. La investigación cualitativa considera que la realidad se modifica constantemente, y que el investigador, al interpretar la realidad, obtendrá resultados subjetivos. A diferencia de la investigación cualitativa, que basa sus resultados en datos numéricos, la investigación cualitativa se realiza a través de diferentes tipos de datos, tales como entrevistas, observación, documentos, imágenes, audios, entre otros. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Las modalidades que se utilizó en el presente trabajo de investigación son: Cuantitativa porque se pudo examinar los datos de manera numérica, ya sea en las matrices así como la determinación de la relación existente entre las variables que conforman el problema, y Cualitativa porque se complementó la información determinando cualidades que beneficien el comportamiento futuro de la empresa que se encuentra sujeta a estudio, todo esto se lleva a cabo en la dependencia de la entidad conjuntamente con la colaboración de todos los que integran la institución.

2.1.2 *Investigación cualitativa*

Según (Blasco & Pérez., 2007) señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

2.1.3 Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2012)

2.1.4 Tipos de investigación

(Arias, 2012) Señala que los tipos de investigación son:

2.1.5 Investigación exploratoria

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.

2.1.6 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

La investigación es de tipo descriptiva ya que los hechos que se observan como la conducta, comportamiento y funcionamiento de la empresa Amazon Tvnet, así como la de sus empleados.

2.1.7 Investigación explicativa

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

2.2 Población

Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes. (Muñoz, 2018)

La población en estudio para determinar las amenazas y oportunidades asciende a 4494 usuarios aproximadamente los cuales están formados por el personal administrativo, clientes actuales y futuros, empleados, por lo tanto, se calcula el tamaño de la muestra para establecer en número de encuestas que se deben aplicar.

Tabla 3-3: Población

Nominación	Número
Clientes	4494
Empleados	7
Total	4501

Fuente: Empresa Amazon Tvnet

Elaborado: Calapucha, D. 2019

2.2.1 Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. (Muñoz, 2018)

De donde:

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

N: total de población

Za: 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95)

P: proporción esperada (es este caso 50%=0,5)

Q: 1-p (en este caso 1-0.5=0,5)

D: precisión (en su investigación use un 5%)

$$n = \frac{4494 * (1.96^2) * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (4494 - 1) + (1.96^2) * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{5.877,648}{15.2975 + 0.9604}$$

n=270

2.3 Métodos, técnicas e instrumentos

2.3.1 Métodos de Investigación

2.3.1.1 Método Deductivo

Deductivo: La deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible. En sentido amplio, por deducción se entiende toda conclusión a la que lleguemos después de un razonamiento. En un sentido más estricto y específico la deducción se entiende como la demostración o derivación certera de la afirmación o consecuencia de una o de varias afirmaciones o premisas sobre la base de las leyes de la Lógica. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

El método deductivo se utilizó para defender la idea formulada después de la recolección de datos, para ello se realizó un análisis del funcionamiento de la empresa para observar su situación inicial respecto de la actual, estableciendo así parámetros que nos conduzcan de lo general a lo particular.

Inductivo: es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica. (Rodríguez & Pérez, 2017)

El método inductivo se aplicó a la investigación a partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcaron la necesidad de diseñar el plan estratégico a la empresa Amazon TvNet. Así los resultados obtenidos sirvieron de base para la solución de nuevos problemas que se presenten en la empresa.

2.3.2 Técnicas

2.3.2.1 Entrevista

Según (Díaz, Torruco , Martínez & Varela , 2013) “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial”.

2.3.2.2 Observación

Según (Campos & Lule, 2012) En otras palabras, la observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades.

Se recopila información en el lugar de los hechos para conocer su situación actual y presentar un diagnóstico

2.3.3 Instrumentos de Investigación

2.3.3.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. (Thompson, 2010)

2.3.3.2 Guía de Entrevista

La guía de entrevista es un documento que contiene los temas, preguntas sugeridas y aspectos a analizar en una entrevista. (Ortiz, 2015)

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados y discusión de resultados

3.1.1 Análisis de resultados

3.1.1.1 Encuesta para los clientes de la empresa Amazon TvNet.

1. ¿Qué opina acerca de la atención al cliente que brinda la empresa Amazon TvNet?

Tabla 4-3: La atención que brinda la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	55	20%
Bueno	147	54%
Regular	63	23%
Malo	5	2%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

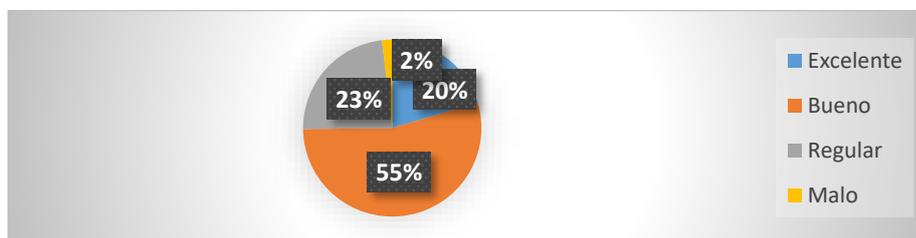


Gráfico 1-3: La atención que brinda la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los encuestados a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, opina el 55% que la atención que se brinda a los clientes es buena, el 23% indica que la atención que se brinda es regular, el 20% la atención que brinda es excelente y la diferencia del 2% opina que la atención que se brinda es mala.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo con la encuesta realizada a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, se puede evidenciar que la atención que se brinda a los clientes es buena, sin embargo, también una aparte considera que es regular la atención que se brinda la cual se debe mejorar a través de capacitaciones al personal para así brindar una atención excelente.

2. ¿Los servicios que presta la empresa Amazon TvNet son?

Tabla 5-3: Los servicios que presta la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	44	16%
Bueno	135	50%
Regular	78	29%
Malo	13	5%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

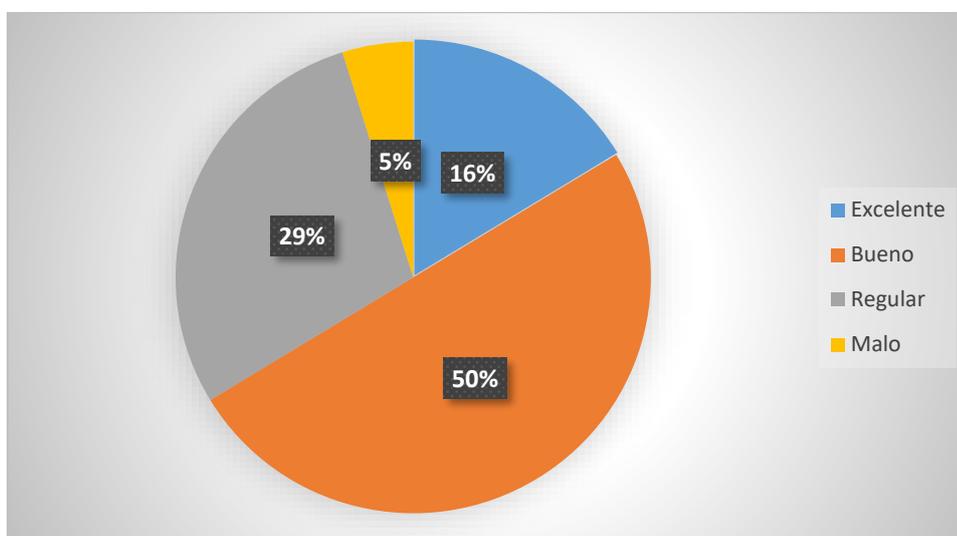


Gráfico 2-3: Los servicios que presta la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los clientes encuestados de la empresa AMAZON TVNET, el 50% opina que los servicios que presta la empresa son buenos, el 29% que los servicios que brinda la empresa son regulares, 16% manifiesta que los servicios que brinda la empresa son excelentes y la diferencia restante del 5% de los servicios que brinda la empresa es malo.

INTERPRETACIÓN

Mediante la aplicación de la encuesta a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, de acuerdo a la gráfica se puede apreciar que la mitad de los encuestados opinan que los servicios que presta la empresa son buenos no excelentes, esto significa que nos encontramos en un nivel medio por lo que se deben mejorar la calidad del servicio brindado.

3. ¿En los últimos meses que problemas ha tenido la empresa Amazon TvNet?

Tabla 6-3: En los últimos meses que problemas ha tenido la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Falta de agilidad en el servicio	146	54%
Personal ineficiente	76	28%
Quejas y reclamos desatendidos	27	10%
Ningún problema	21	8%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

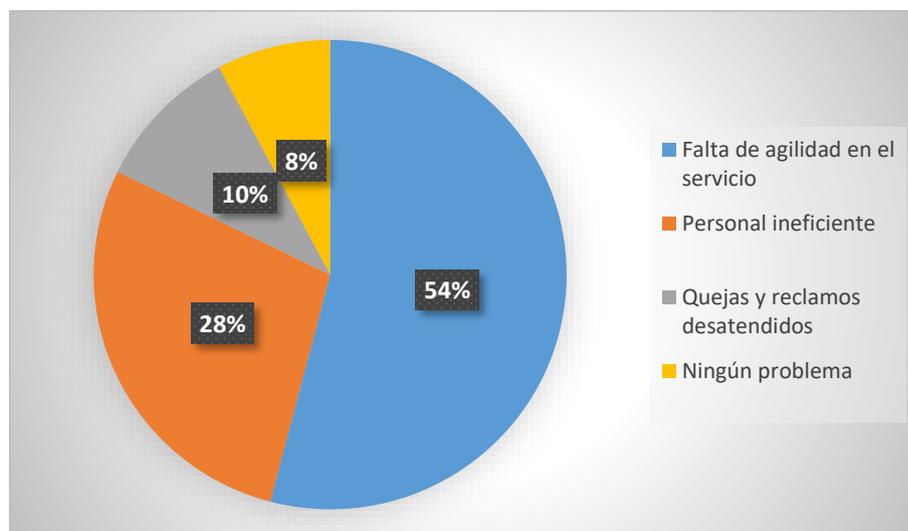


Gráfico 3-3: En los últimos meses que problemas ha tenido la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los encuestados a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, indicaron el 54% los problemas que ha tenido la empresa es la falta de agilidad en el servicio, el 28% indicaron que cuenta por personal ineficiente, el 10% los problemas que ha tenido la empresa quejas y reclamos desatendidos y la diferencia restante del 8% no presenta ningún problema.

INTERPRETACIÓN

Dentro de los problemas que se han presentado en los últimos meses de acuerdo a la encuesta realizada a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, supieron manifestar que los problemas que más ha tenido es por la falta de agilidad en el servicio que se ofrece por lo cual se debe tomar las medidas pertinentes.

4. ¿Al solicitar el servicio de internet en la empresa Amazon TvNet la respuesta ha sido?

Tabla 7-3: Al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	64	24%
Bueno	51	19%
Regular	152	56%
Malo	3	1%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

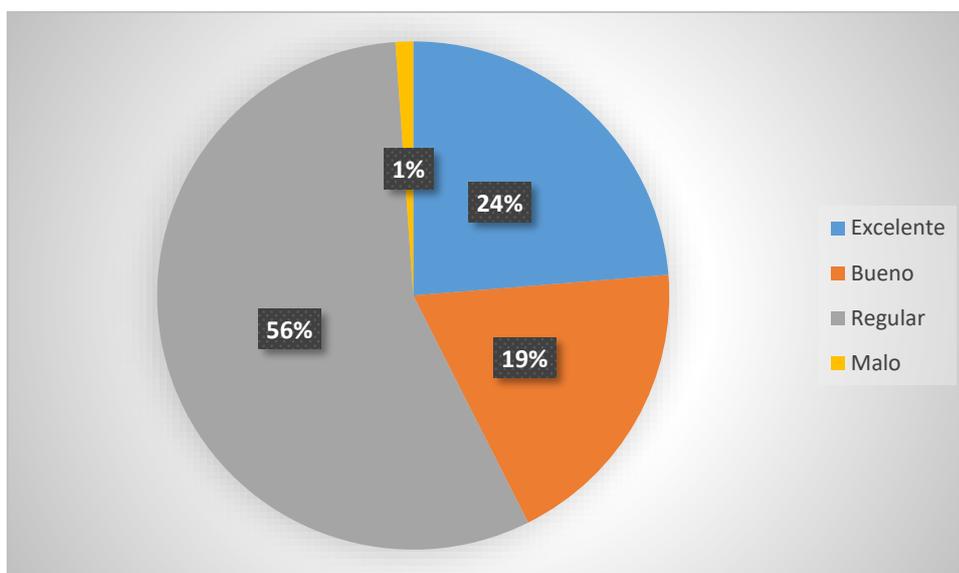


Gráfico 4-3: Al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los encuestados a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, indicaron el 56% que al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido regular, el 24% manifiesta que al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido excelente, el 19% ha manifestado que al solicitar el servicio de internet la respuesta ha sido bueno y la diferencia del 1% al solicitar el servicio considera que ha sido mala su respuesta.

INTERPRETACIÓN

Al solicitar el servicio de internet en la empresa AMAZON TVNET mediante la aplicación de encuestas a los clientes nos manifestaron más de la mitad de la población que al solicitar el servicio de internet la respuesta por parte de la empresa ha sido regular es decir no han sido atendidos con la agilidad pertinente del caso.

5. ¿Usted está satisfecho/a con los servicios que brinda la empresa Amazon TvNet?

Tabla 8-3: Está satisfecho con los servicios que brinda la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	137	51%
NO	133	49%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

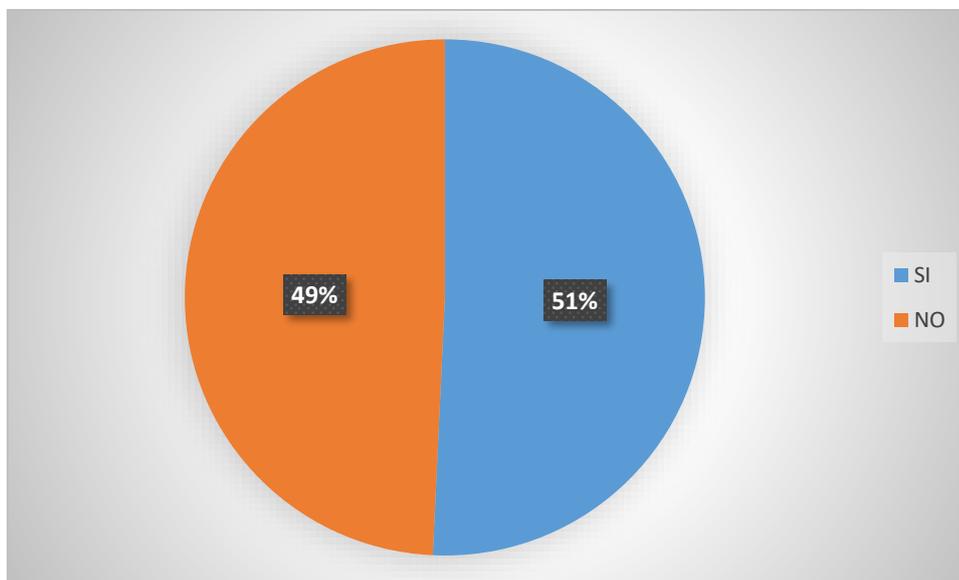


Gráfico 5-3: Está satisfecho con los servicios que brinda la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del total de los encuestados de la empresa AMAZON TVNET, el 51% está satisfecho con su servicio y el 49% no se encuentra satisfecho con el servicio brindado.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, se puede evidenciar que el nivel de satisfacción del servicio es medio por lo que se debe tomar medidas urgentes para no perder clientes que notablemente están insatisfechos con el mismo.

6. ¿Qué tipo de servicio le brinda la empresa Amazon TvNet?

Tabla 9-3: Tipo de servicio que brinda la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Internet por fibra óptica inalámbrico	148	55%
Internet de TV por cable (Fibra óptica)	74	27%
Internet por radio enlace antena	48	18%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

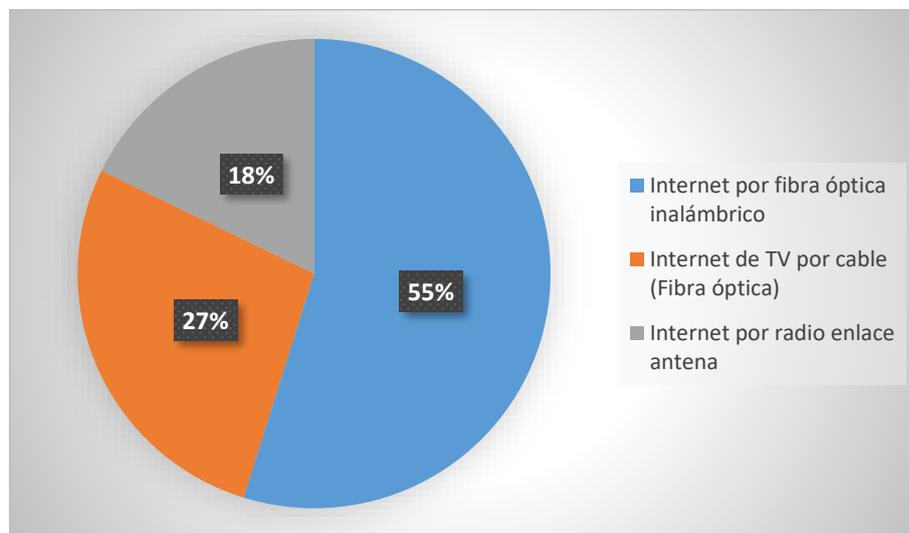


Gráfico 6-3: Tipo de servicio que brinda la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de las encuestas a los clientes de la empresa AMAZON TVNET, indicaron el tipo de servicio que brinda la empresa el 55% brinda el servicio de internet por fibra óptica inalámbrica, el otro 27% brinda el servicio de internet de TV por cable y la diferencia restante del 18% brinda un servicio de internet por radio enlace antena.

INTERPRETACIÓN

El servicio que más se brinda por la empresa AMAZON TVNET de acuerdo con los resultados de la encuesta a aplicados a los clientes es el servicio de internet por fibra óptica inalámbrico, seguido del servicio de internet de TV por cable.

7. ¿Cómo cree que es la infraestructura de la cual dispone la empresa Amazon TvNet?

Tabla 10-3: Infraestructura de la cual dispone la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	113	42%
Bueno	121	45%
Regular	32	12%
Malo	4	1%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

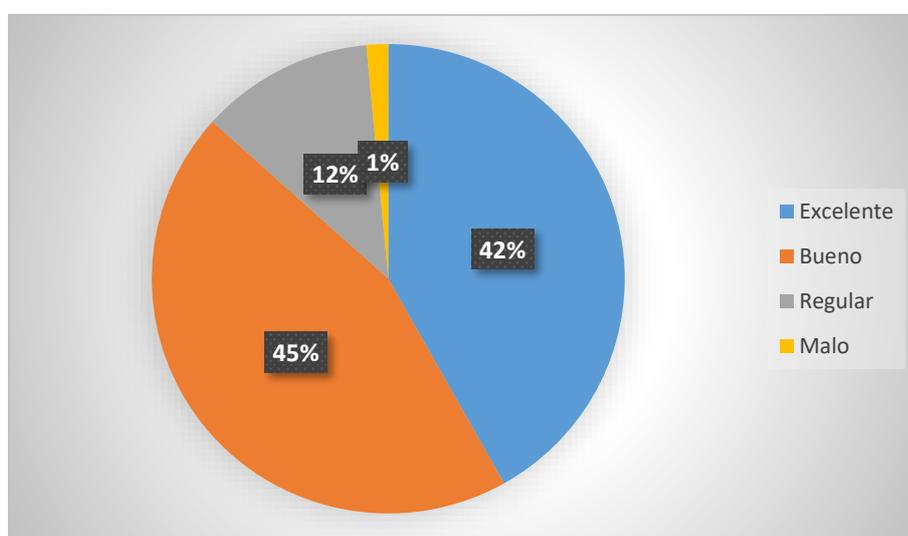


Gráfico 7-3: Infraestructura de la cual dispone la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados, mencionan que el 45% que la infraestructura de la cual dispone la empresa es buena, el 42% cree que la infraestructura de la cual dispone la empresa es excelente, el 12% cree que la infraestructura que dispone es regular y la diferencia restante del 1% cree que la infraestructura de la cual dispone la empresa es mala.

INTERPRETACIÓN

Los clientes de la empresa AMAZON TVNET de acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada supieron manifestar que la infraestructura que posee actualmente la empresa es buena, sin embargo, manifiestan que si se debería mejorar la infraestructura.

8. ¿Para su criterio la empresa Amazon TvNet está bien administrada?

Tabla 11-3: Está bien administrado la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	115	43%
NO	155	57%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

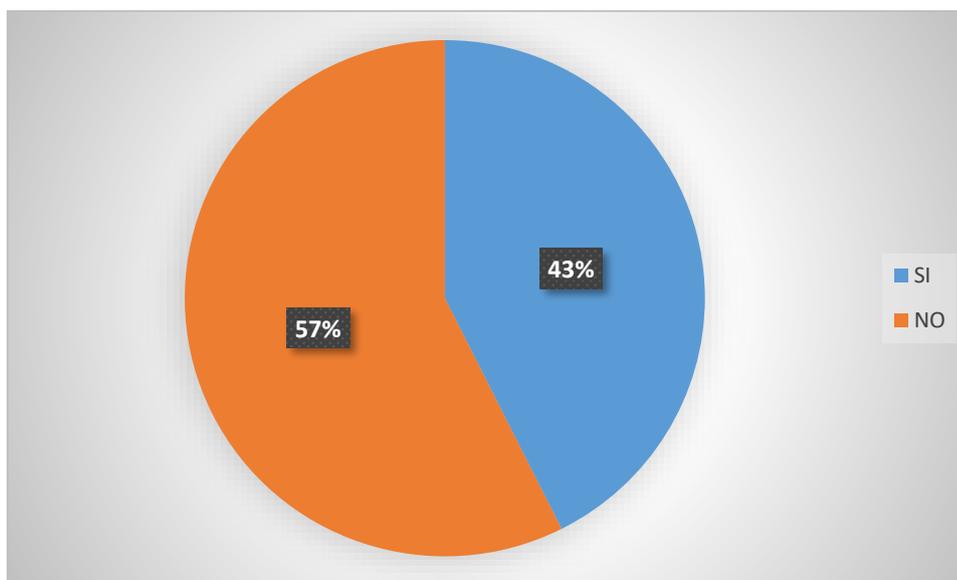


Gráfico 8-3: Está bien administrado la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Los encuestados de la empresa AMAZON TVNET, de acuerdo con los encuestados el 57% considera que la empresa no se encuentra bien administrado y el 43% considera que si se encuentra bien administrado la empresa.

INTERPRETACIÓN

Mediante la representación gráfica una vez aplicada la encuesta a los clientes de la empresa AMAZON TVNET consideran más de la mitad que la empresa no se encuentra bien administrada por sus funcionarios, sin embargo, también existe un gran porcentaje que menciona que si está bien administrado, pero debe tratar de mejorar la misma ya que de ellos depende el direccionamiento y estabilidad de la empresa.

9. ¿Conoce la misión y la visión de la empresa Amazon TvNet?

Tabla 12-3: Conoce la misión y la visión de la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	0	0%
NO	270	100%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

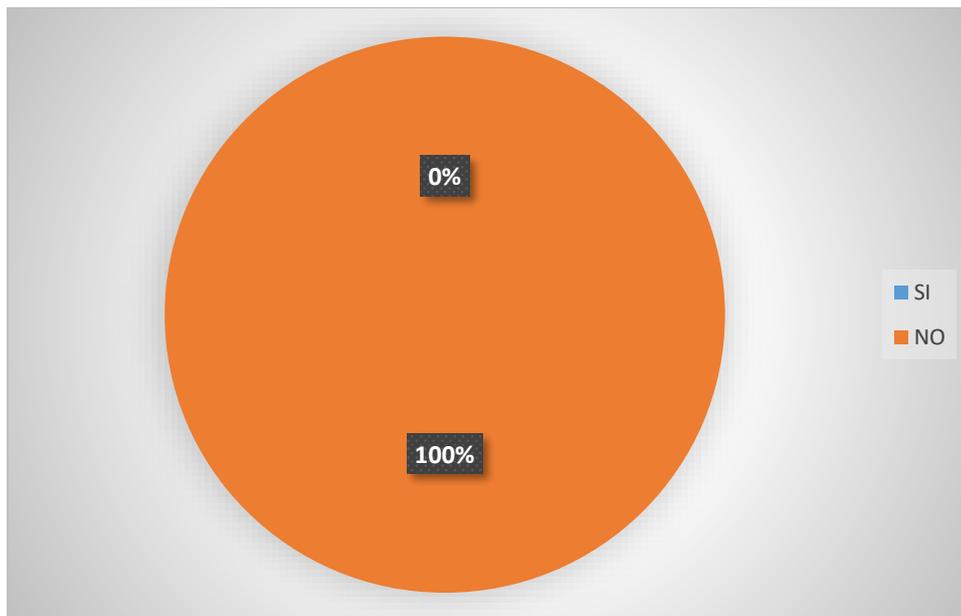


Gráfico 9-3: Conoce la misión y la visión de la empresa Amazon TvNet

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los clientes encuestados de la empresa Amazon TvNet, el 100% dice no conocer la misión y visión de la empresa.

INTERPRETACIÓN

Una vez aplicado la encuesta a los clientes de la empresa AMAZON TVNET de acuerdo con la representación gráfica se puede apreciar que la totalidad de sus clientes no conoce la misión y la visión de la empresa, es muy importante que cada uno de los clientes conozca la misión y visión de la empresa en la que están adquiriendo el servicio para saber sus metas y objetivos, determinando la conveniencia de su adquisición o no.

10. ¿Recomendaría usted los servicios que ofrece la empresa Amazon TvNet?

Tabla 13-3: Recomendaría los servicios que ofrece la empresa Amazon TvNet

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	137	51%
NO	133	49%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

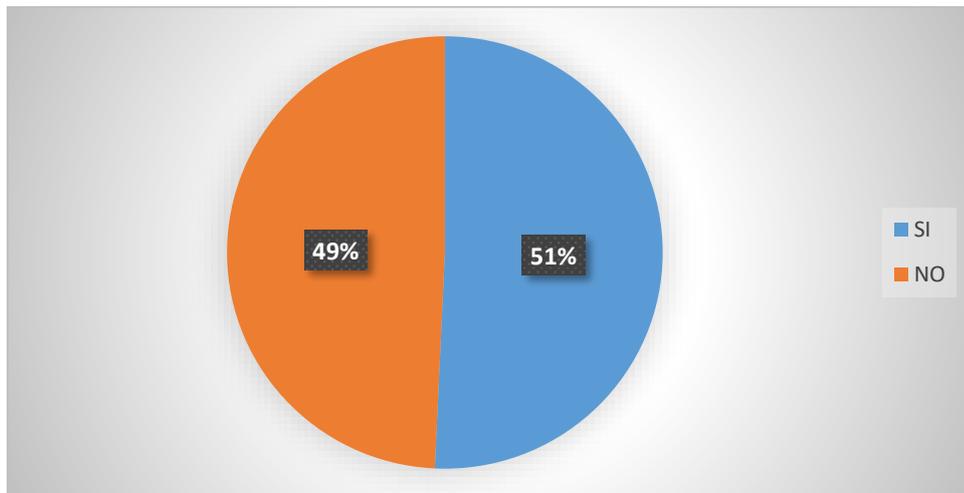


Gráfico 10-3: Recomendaría los servicios que ofrece la empresa Amazon TvNet.

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados de la empresa AMAZON TVNET, manifestaron el 51% que si recomendasen los servicios que ofrece la empresa a otros familiares y allegados, así como a otras personas mientras que 49% indica que no recomendaría.

INTERPRETACIÓN

Mediante la aplicado la encuesta a los clientes de la empresa AMAZON TVNET de acuerdo a la representación gráfica se puede evidenciar que la mitad de los encuestados si recomendaría los servicios que brinda la empresa y un porcentaje muy alto que no lo recomendaría ahí podemos darnos cuenta que el porcentaje de clientes insatisfechos es alto y se debe tomar medidas correctivas a la brevedad.

3.1.1.2 Encuesta para los empleados de la empresa Amazon TvNet.

1. ¿Conoce usted la misión y la visión de la empresa?

Tabla 14-3: Conoce usted la misión y la visión de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

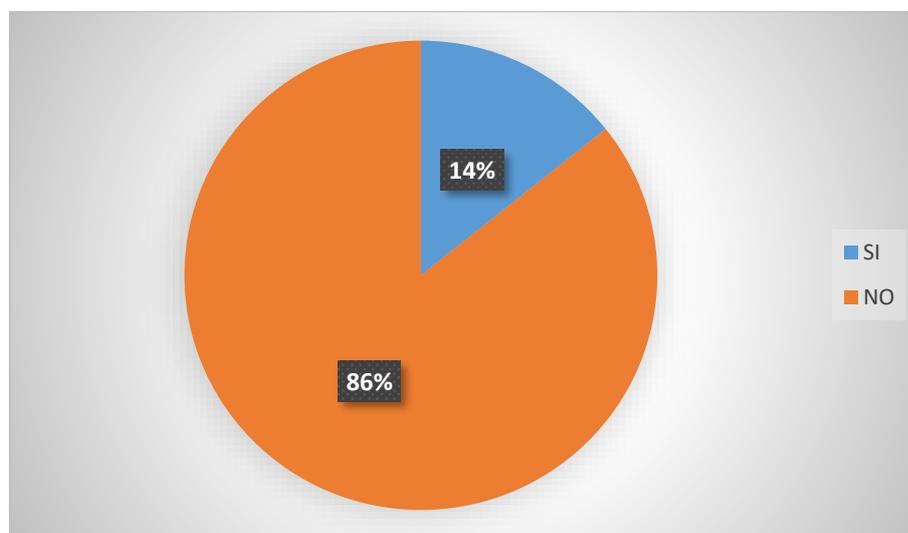


Gráfico 11-3: Conoce usted la misión y la visión de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los empleados encuestados de la empresa AMAZON TVNET, manifestaron el 86% que no conocen la misión y la visión de la empresa y la diferencia restante del 14% si conoce la misión y la visión de la empresa.

INTERPRETACIÓN

Los empleados de la empresa AMAZON TVNET supieron manifestar casi en su totalidad que no conocen cual es la misión y la visión de la empresa, por lo que se debería realizar su socialización respectiva.

2. ¿Usted se identifica con la misión y visión de la empresa?

Tabla 15-3: Se identifica con la misión y visión de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

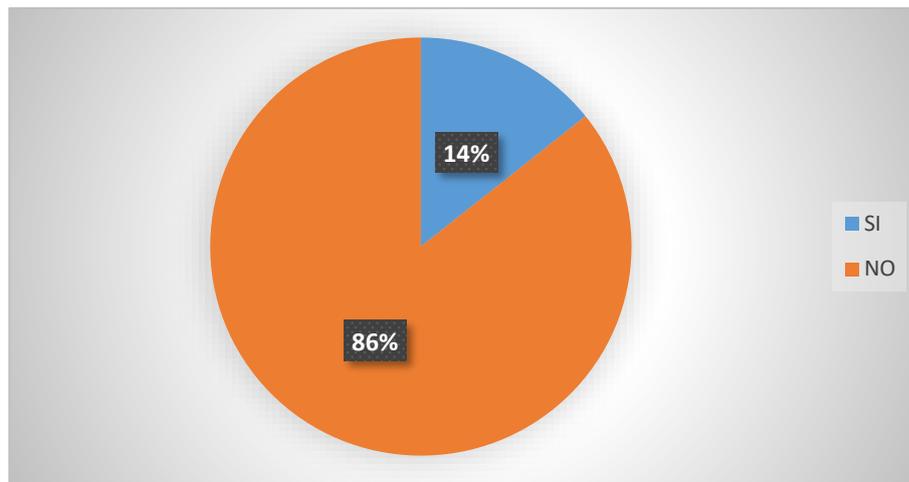


Gráfico 12-3: Se identifica con la misión y visión de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del total de los encuestados, indicaron el 86% que no se encuentran identificados con la misión y visión de la empresa y la diferencia restante del 14% si se encuentra identificado con la misión y visión de la empresa.

INTERPRETACIÓN

Mediante los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, casi en su mayor parte consideran que no se encuentran identificados con la misión y visión de la empresa. por lo que se debería evaluar la misión y visión de la empresa para poder mejorarla.

3. ¿La empresa cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos?

Tabla 16-3: Cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	1	14%
NO	6	86%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

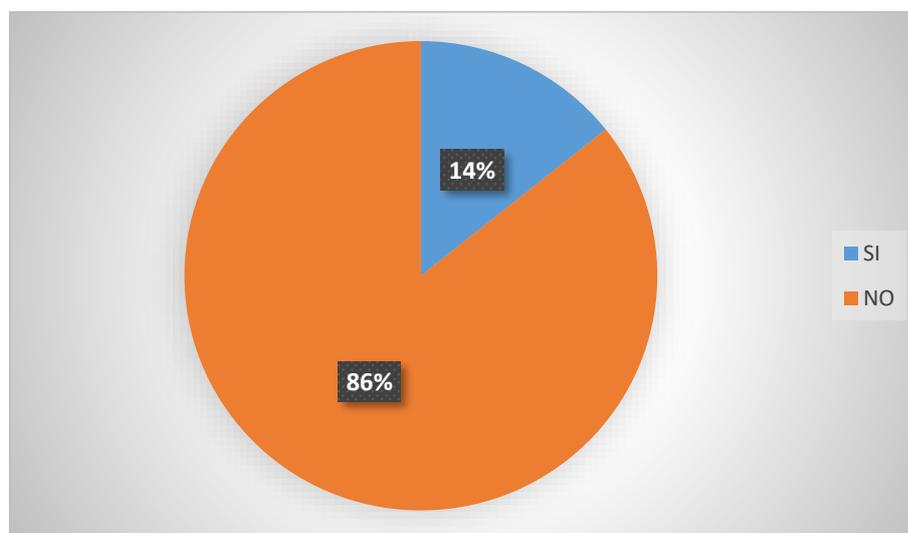


Gráfico 13-3: Cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados en la empresa AMAZON TVNET, mencionaron el 86% que no se cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos y la diferencia del 14% menciona que si se con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos

INTERPRETACIÓN

Encuestados a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, se puede evidenciar que casi en su totalidad menciona que no se cuenta con políticas y procedimientos de control que resulten eficientes y eficaces al momento de ejecutarlos.

4. ¿Cuenta la empresa con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales?

Tabla 17-3: Cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

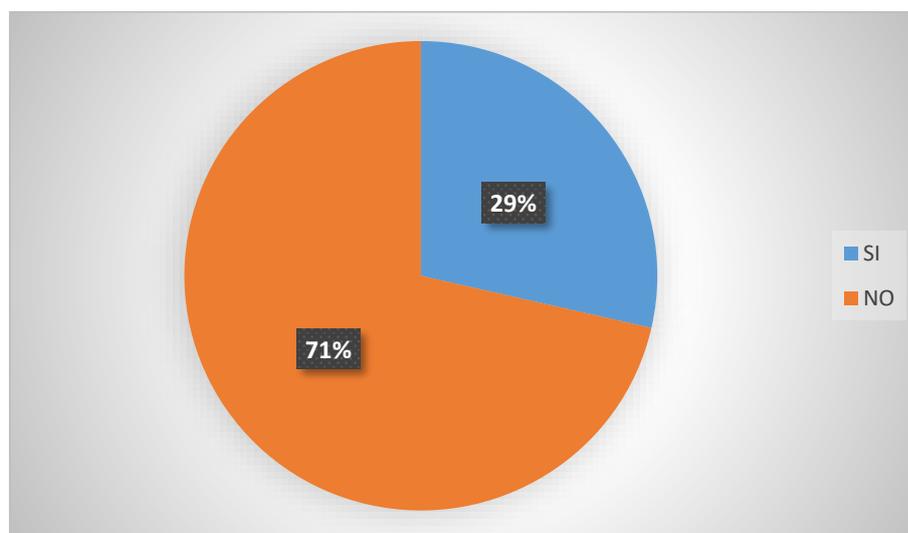


Gráfico 14-3: Cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los encuestados de la empresa AMAZON TVNET, manifestaron el 71% que no se cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales y la diferencia restante del 29% indicaron que si se cuenta con un plan estratégico que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta aplicado a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, casi en su totalidad indicaron que no cuenta con un plan estratégico actualizado que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales.

5. ¿Cuál de estos problemas considera usted que pueda existir si la empresa no cuenta con una planificación estratégica?

Tabla 18-3: Problemas que pueda existir si la empresa no cuenta con una planificación Estratégica.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mala toma de decisiones	2	29%
Incumplimiento de metas	3	43%
Pérdida de posicionamiento en el mercado	1	14%
Mala asignación de recursos	1	14%
Ninguna de las anteriores	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

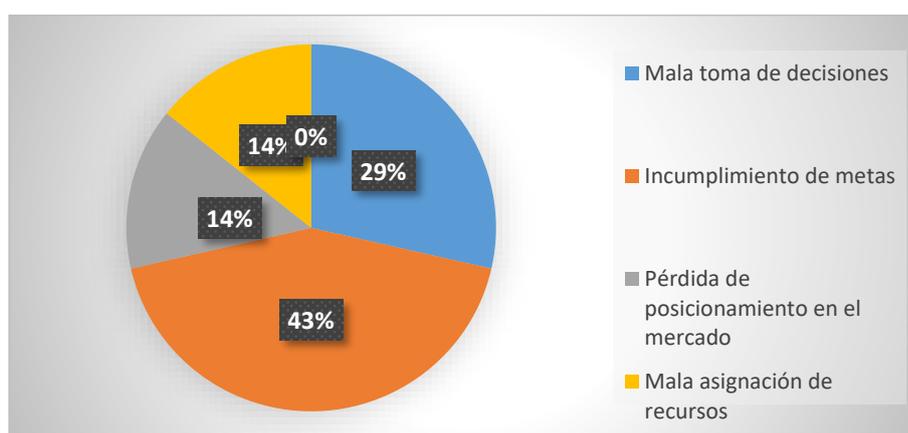


Gráfico 15-3: Problemas que pueda existir si la empresa no cuenta con una planificación estratégica

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los empleados encuestados, el 43% indicaron que los problemas que puede existir es el incumplimiento de metas, el 29% indica que los problemas que puede existir es la mala toma de decisiones, el 14% indica respectivamente que presentaría problemas de pérdida de posición en el mercado y mala asignación de recursos.

INTERPRETACIÓN

Los empleados de la empresa AMAZON TVNET, supieron manifestar que al no contar con una planificación estratégica casi la mitad dijo que existieran problemas de incumplimiento de metas, pero así también indicaron que habría problemas en la toma de decisiones.

6. ¿Cree que el diseño de un plan estratégico ayude a mejorar la gestión administrativa de la empresa?

Tabla 19-3: El diseño de un plan estratégico mejora la gestión administrativa de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

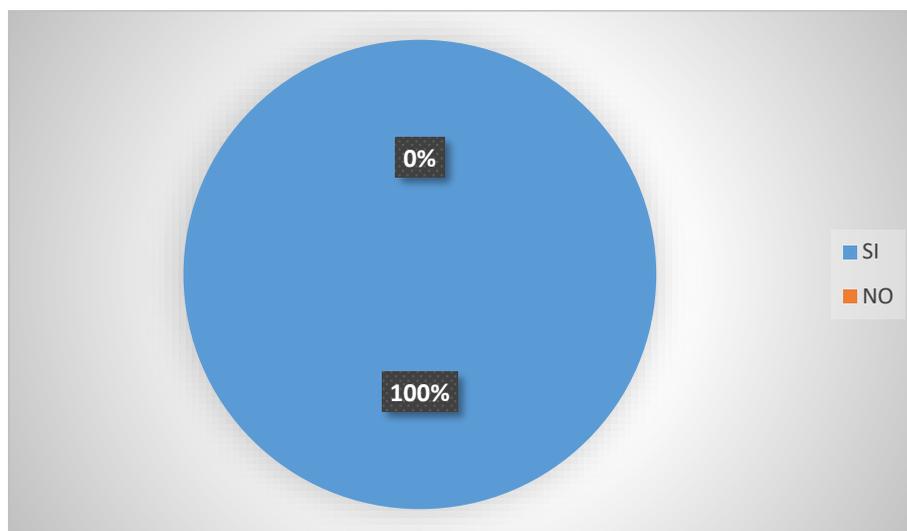


Gráfico 16-3: El diseño de un plan estratégico mejora la gestión administrativa de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del total de empleados encuestados la empresa AMAZON TVNET, manifestaron el 100% que si creen que el diseño de un plan estratégico ayude a mejorar la gestión administrativa de la empresa.

INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicado a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, refleja que en su totalidad si creen que el diseño de un plan estratégico ayude a mejorar la gestión administrativa de la empresa.

7. ¿Considera que el trabajo fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales?

Tabla 20-3: El trabajo fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

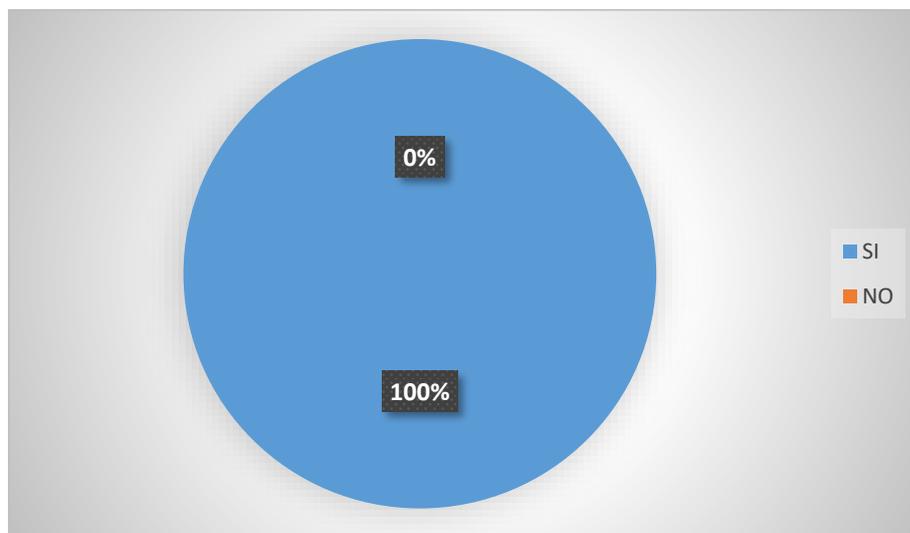


Gráfico 17-3: El trabajo fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los encuestados en la empresa AMAZON TVNET, consideran el 100% que el trabajo si fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales de la empresa.

INTERPRETACIÓN

Aplicado la encuesta a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, de acuerdo con los resultados obtenidos en su totalidad consideran el trabajo si fomenta el cumplimiento eficaz de los objetivos institucionales de la empresa.

8. ¿Ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño dentro de la institución?

Tabla 21-3: Ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

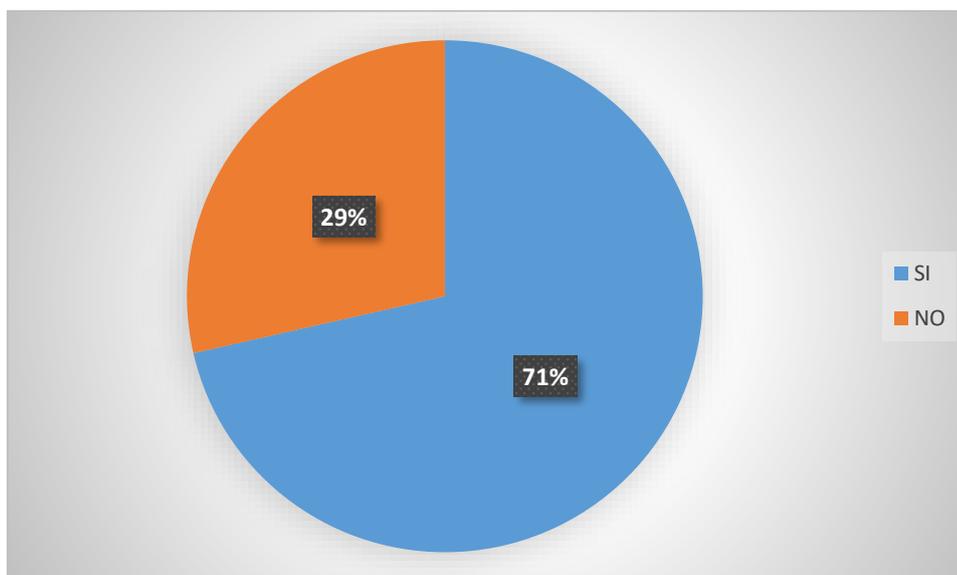


Gráfico 18-3: Ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de los empleados los encuestados, el 71% ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución y la diferencia restante del 29% no ha recibido capacitaciones que ayuden en su desempeño dentro de la institución.

INTERPRETACIÓN

Encuestados a los empleados de la empresa AMAZON TVNET, de acuerdo con los resultados obtenidos se puede apreciar una gran parte ha recibido capacitaciones que ayude en su desempeño en la institución como son los técnicos y una pequeña parte en el área de atención al cliente no han tenido una capacitación de ayuda en su cargo y lo hacen intuitivamente.

9. Considera usted que la administración de la empresa es:

Tabla 22-3: Considera que la administración de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	1	14%
Bueno	4	57%
Regular	2	29%
Malo	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

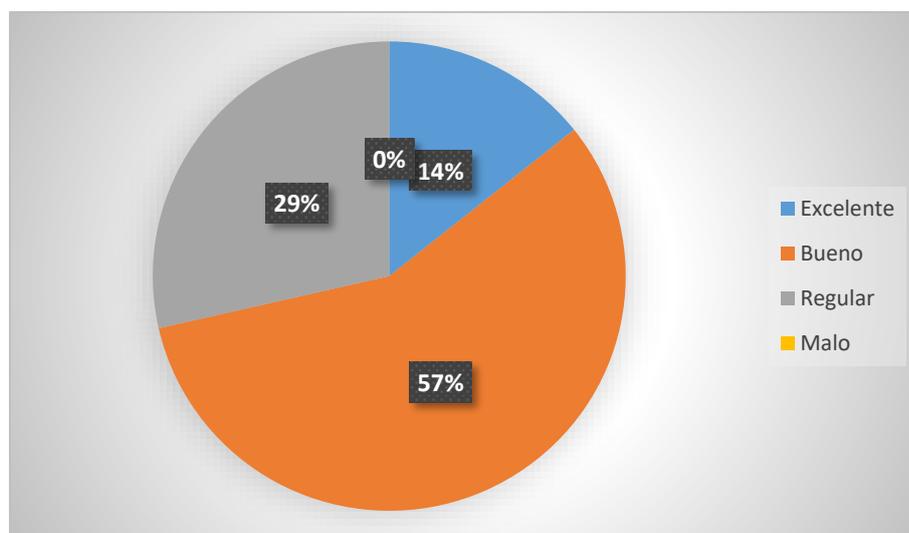


Gráfico 19-3: Considera que la administración de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados en la empresa AMAZON TVNET, el 57% considera que la administración de la empresa es buena, el 29% considera que la administración de la empresa es regular y la diferencia restante del 14% considera que la administración de la empresa es excelente.

INTERPRETACIÓN

Los empleados de la empresa AMAZON TVNET, mediante la representación gráfica se puede considerar que más de la mitad que la administración de la empresa es buena, sin embargo, se debería mejorar la administración de la empresa.

10. ¿Dentro de la institución se encuentran bien definidas cada una de las funciones de los empleados?

Tabla 23-3: Se encuentra bien definidas cada una de las funciones de los empleados

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

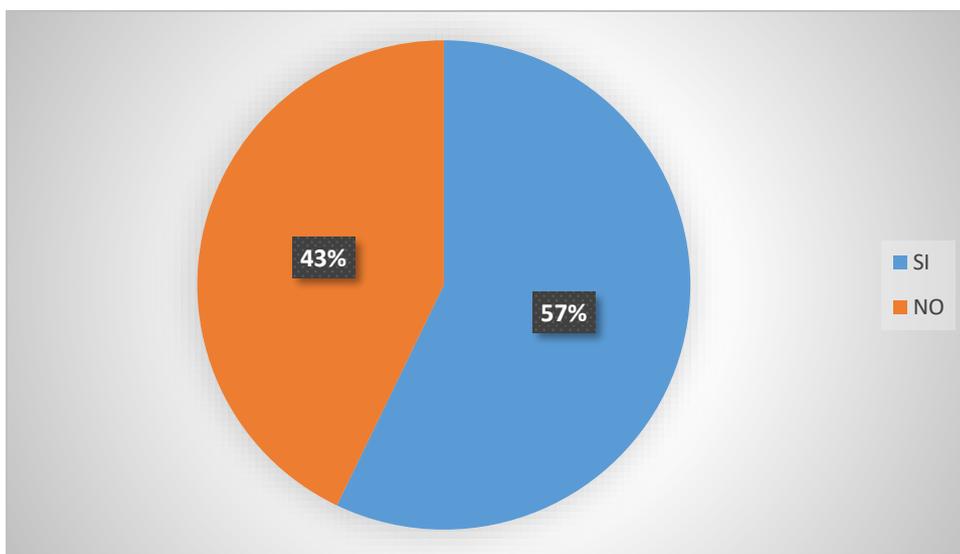


Gráfico 20-3: Se encuentra bien definidas cada una de las funciones de los empleados

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Calapucha, D, 2019

ANÁLISIS

De los empleados encuestados, el 57% considera que no se encuentran bien definidas cada una de las funciones de los empleados y la diferencia restante del 43% considera que si se encuentran bien definidas cada una de las funciones de los empleados.

INTERPRETACIÓN

Los empleados de la empresa AMAZON TVNET, consideran más de la mitad que no se encuentran bien definidas cada una de las funciones de los empleados, sin embargo, por lo que se debería revisar cuales no están bien definidos para algunos empleados.

3.5.2 Resultados Cualitativos

3.1.1.3 Entrevista

Luego de la entrevista realizada al Gerente de la Empresa Amazon TvNet, el Ingeniero Wilson Valladares Perugachi, se concluye que:

<p>1. ¿conoce usted que es planificación estratégica?</p>	<p>Si, una planificación es una herramienta que ayudaría a la empresa a crecer y fortalecernos en el mercado.</p>
<p>2. ¿la empresa Amazon TvNet cuenta con una misión, visión empresarial?</p>	<p>No, actualmente no cuenta con una misión y visión.</p>
<p>3. ¿la empresa cuenta con una planificación estratégica dentro de la institución?</p>	<p>No, no cuenta con una planificación estratégica que ayude a nuestra empresa al cumplimiento de los objetivos institucionales.</p>
<p>4. ¿Cuáles serían las ventajas de tener una planificación estratégica en su empresa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visualizar riesgos futuros y planear alternativas. • Sincronizar las actividades de la empresa • Cumplir con los objetivos institucionales. • Darle un redireccionamiento a la empresa.
<p>5. Según su experiencia, ¿Cuáles considera usted los principales problemas que impiden que su empresa alcance un alto grado de competitividad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alto costo de funcionamiento. • Fidelidad de los clientes. • Abaratamiento de precios. • Falta de una guía institucional que seguir para el cumplimiento de metas y objetivos.
<p>6. ¿conoce usted cuáles son sus competidores e indirectos actualmente?</p>	<p>Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • CNT • NAPO TV • TV CABLE • TENA VISIÓN
<p>7. ¿cree usted que es necesaria una planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet?</p>	<p>Si, tener una planificación estratégica nos ayudaría a tener una mejor organización y proyección de nuestros servicios, para poder satisfacer a cabalidad todos los requerimientos demandados por nuestros clientes.</p>

3.1.1.4 Hallazgos

Resultados de la encuesta aplicada a los usuarios internos.

- los empleados de la institución manifestaron que la empresa no cuenta con una misión y visión o por lo menos ellos no la conocen actualmente.
- Manifestaron que no conocen si la empresa posee políticas y procedimientos acordes a la misma o de ser que si lo tiene los administradores no han socializado con el personal.
- En la parte de distribución de funciones consideran en su mayoría que si están distribuidas bien las funciones y cargos dentro de la institución.
- Lo más importante y relevante de la encuesta aplicada los empleados manifestaron que en la parte administrativa es buena actualmente, aunque solo en un nivel medio y no se encuentran todos satisfechos y se debe tratar de solucionar cualquier tipo de inconveniente.

Resultados de la encuesta aplicada a los usuarios externos.

- El primer punto que fue la atención al cliente en su gran mayoría están satisfechos con la atención recibida tanto en su matriz como en su sucursal lo cual es fundamental para que la empresa siga en marcha, lo único que se recomienda es una capacitación al personal que ayude a dejar una excelente impresión a todos los usuarios.
- En cuanto al tipo de servicio consideran que es bueno en un cincuenta por ciento que lo que les falta es un poco de agilidad en el servicio al momento de las instalaciones ya que son un poco lentas o a su vez no les dan la atención oportuna cuando lo requieren, lo cual se recomienda mejorar ya que el grado de clientes satisfechos está a la par con la de los insatisfechos y se debe tomar medidas correctivas de inmediato para no disminuir la fidelidad de los mismo.
- También se verifico que el servicio de internet por fibra óptica inalámbrica es el más demandado por lo que se tratar de buscar estrategias para promocionar los otros dos servicios que posee la empresa y así abarcar todos los nichos de mercado existentes, como el de radio enlace antena ya que la mayor parte de la población vive en sectores rurales no urbanos y se debe tratar de hacer llegar el servicio a ese tipo de sector donde la competencia no suele llegar con facilidad.
- El factor más importante en cuanto a la administración de la empresa los clientes consideran que no está bien administrada actualmente ya que no están satisfechos con el servicio y se recomienda a los directivos analizar lo que se esté realizando mal y buscar alternativas por el bienestar de la empresa.

Entrevista aplicada al gerente de la empresa Amazon TvNet.

- Actualmente la empresa presenta muchas dificultades al no poseer una planificación estratégica que les ayude y les guíe para lograr cumplir sus objetivos institucionales a largo plazo.
- En cuanto a lo interno y a lo externo la empresa presenta muchas dificultades ya que su número de clientes insatisfechos va en aumento por lo que se deben buscar estrategias claras y precisas para solucionar todos los problemas que presenta y así la empresa sea eficiente y competitiva en el mercado.
- En cuanto a lo administrativo se debe buscar el compromiso por parte de los dirigentes al cumplimiento de estrategias que sean útiles para la empresa y ayuden a la toma de decisiones para su correcto funcionamiento.

3.2 Propuesta

3.2.1 Alcance

Este capítulo tiene como objetivo diseñar una planificación estratégica para la empresa Amazon TvNet, mediante un diagnóstico interno y externo de la empresa, para así poder convertirse en una entidad eficiente y competitiva.

Mediante el diseño de una PE se logrará ayudar al momento de la toma de decisiones por parte de la administración, así también de un acertado manejo de recursos económicos y financieros utilizándolos adecuadamente en cada una de las funciones de la empresa.

Con esta planificación estratégica se busca conocer la situación actual de la empresa, mediante los resultados obtenidos analizar y proponer matrices de evaluación internos, externos y de competitividad para con ello plantear estrategias que sirvan como guía a la empresa, para lograr el cumplimiento de objetivos y metas organizacionales.

3.2.2 Esquema de la propuesta

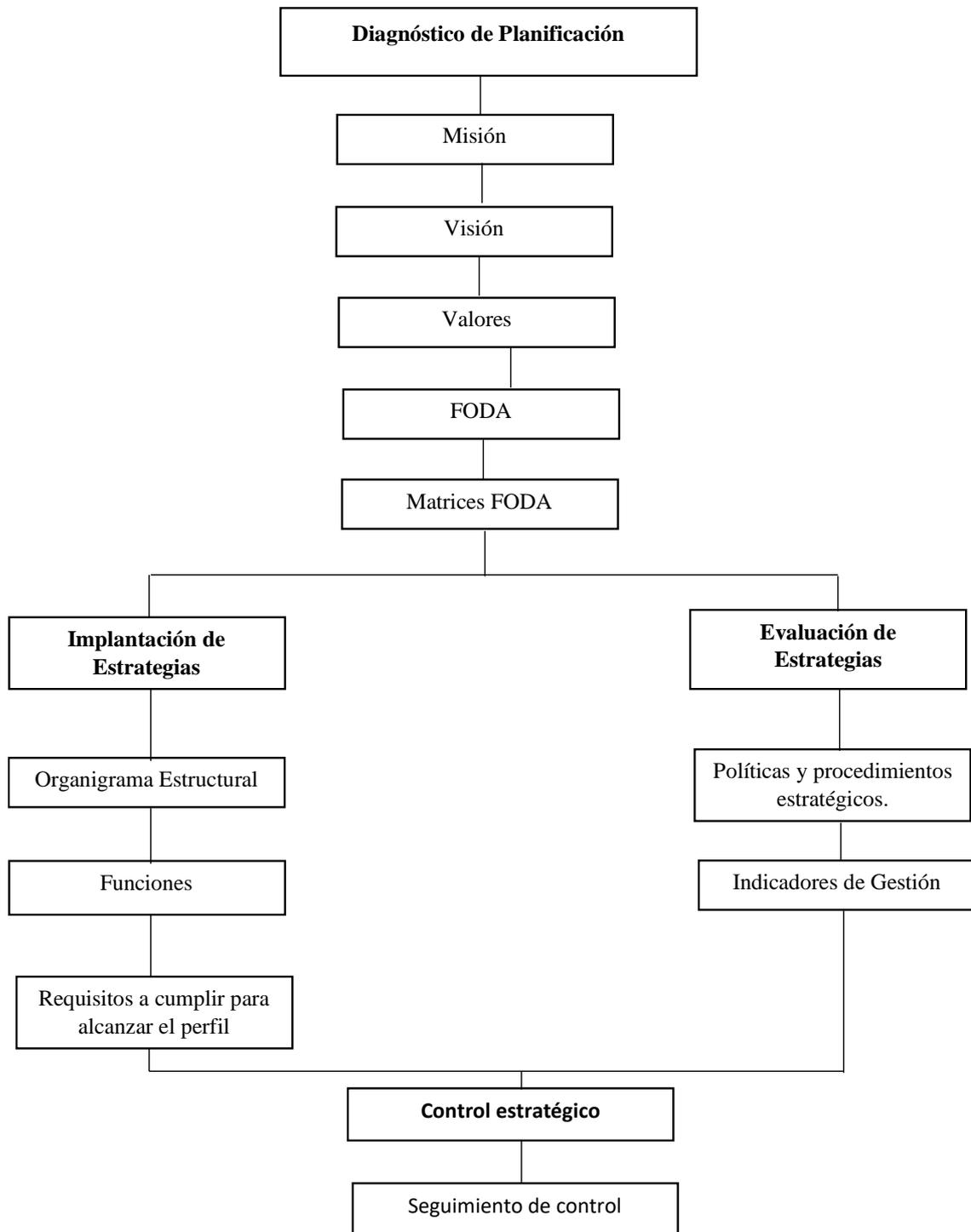


Gráfico 21-3: Diagnóstico de la planificación

3.3 Fase 1 (diagnóstico de planificación)

3.3.1 Historia

La empresa Amazon TvNet, nace de la necesidad de abarcar la demanda de servicio de internet en el cantón Archidona y la provincia de Napo en el año 2002.

La Empresa Amazon TvNet, está ubicada en la provincia Napo, Cantón Archidona la cual actualmente cuenta con dos sucursales en el cantón Archidona; su Gerente el Ingeniero Wilson Ernesto Valladares Perugachi tiene en el mercado aproximadamente 17 años al servicio de sus clientes y especialmente a los del cantón Archidona.

La Empresa cuenta con 7 empleados tanto en su matriz como en su sucursal; es decir con 2 empleados en su matriz, 1 en su sucursal y 4 técnicos de instalación los cuales con su esfuerzo y dedicación sacan adelante la Empresa; contando así con aproximadamente 300 clientes.

La Empresa Amazon TvNet, se crea con el fin de brindar el servicio de internet de alta velocidad, ofrece internet por fibra óptica inalámbrico y el servicio de TV por cable (fibra óptica), la Empresa es un intermediario entre los campesinos y el mercado, pero al servicio del pueblo archidonense, con lo que se evita precios abusivamente altos por parte de la competencia y los considerables márgenes de ganancia se quedan dentro del cantón y la provincia.

3.3.2 Misión actual de la empresa Amazon TvNet

Misión propuesta para la empresa Amazon TvNet

La empresa Amazon TvNet, es una entidad dedicada a brindar un servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo así al desarrollo de nuestro cantón, provincia y el País.

3.3.3 *Visión propuesta para la empresa Amazon TvNet*

Ser una organización líder en innovación y tecnología, reconocida a nivel local y nacional, brindando servicios de óptima calidad, creciendo sosteniblemente para convertirnos en un eje altamente eficiente y competitivo.

3.3.4 *Valores corporativos*

Valores corporativos propuestos para la empresa Amazon TvNet

- Responsabilidad
- Disciplina
- Integridad
- Empatía
- Transparencia
- Confianza
- Puntualidad
- Espíritu de servicio

3.3.5 *Organigrama estructural*



Gráfico 22-3: Organigrama estructura

Fuente: Empresa Amazon TvNet

3.3.6 *Organigrama estructural propuesto para la empresa Amazon TvNet.*

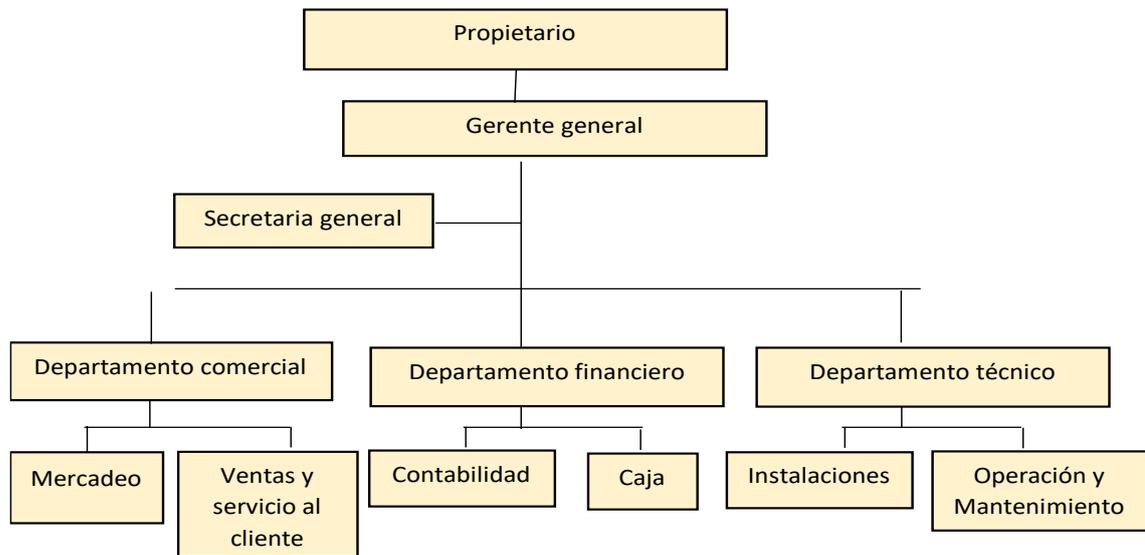


Gráfico 23-3: Organigrama estructural propuesto

Elaborado por: Calapucha, D. 2019

3.3.7 *Funciones*

Funciones del gerente general

- Asumir la representación legal de empresa
- Liderar la gestión comercial de la empresa
- Supervisar y controlar el desempeño de sus empleados
- Evaluación permanente de nuevos mercados
- Debe tomar las decisiones y el rumbo que va a seguir la empresa.
- Establecer metas y objetivos a corto y largo plazo

Funciones de la secretaria general

- Coordina las actividades del gerente.
- Relación y control de proveedores.
- Recibe y gestiona la correspondencia.
- Recibe y gestiona la documentación de la empresa.
- Se ocupa del control de gestión y la correcta administración de los recursos de la oficina.

- Coordinar eventos de la empresa.

Funciones del departamento comercial

- Clasifica en categoría a los clientes de la empresa.
- Verifica que las facturas estén dentro del sistema de pagos.
- Determina el tamaño y la fuerza de ventas.
- Planifica las acciones al área referente a su cargo.

Mercadeo

- Define los objetivos comerciales.
- La rentabilidad comercial.
- Administra y mantiene las redes sociales de la empresa.
- Analiza la competencia.
- Diseña e implementa estrategias de marketing.

Ventas y servicio al cliente

- Define la organización de ventas: captación y desarrollo.
- Diseña, implementa y ejecuta estrategias de ventas.
- Elabora un registro de ventas.
- Recoge y atiende cejas y reclamos de los clientes.
- Canaliza las quejas al departamento responsable.
- Ofrece a los clientes información solicitada.

Funciones del departamento financiero

- Establecer políticas y procedimientos financieros
- Controlar y planificar el sistema de información contable.
- Gestionar la liquidez de la empresa
- Establece un sistema para el control de costos
- Desarrolla mecanismos de gestión financiera

Contabilidad

- Recibe solicitudes de contabilidad y decide su aprobación
- Analiza el capital con el que cuenta la empresa
- Supervisa y analiza los estados financieros de la empresa
- Certifica el pago de sueldos a los empleados de la empresa
- Mantiene actualizado los registros contables

Cajera/o

- Recibe y da la bienvenida a los clientes
- Recibe y entrega dinero en efectivo
- Registra la entrada y salida del dinero
- Realiza el arqueo de caja
- Da respuesta a las inquietudes de los clientes

Funciones del departamento técnico

- Distribuye diariamente las acciones de trabajo
- Evalúa el desempeño laboral de sus empleados a cargo
- Provee consejos técnicos
- Asegura el inventario adecuado y económico de suministros
- Revisa la calidad de los procesos

Instalación

- Realiza la instalación de maquinaria e implementos de servicio de internet.

Operación y Mantenimiento

- Gestiona los reclamos que se dan en atención al cliente y los soluciona de forma inmediata.
- Garantiza la calidad del servicio.
- Realiza visitas de supervisión a las instalaciones para determinar el mantenimiento preventivo, correctivo o adaptación.
- Elabora un programa anual de mantenimiento preventivo y correctivo a las instalaciones.

PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
GERENTE GENERAL	Planifica, organiza, dirige, coordina y controla todas las actividades de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Dirige y representa a la compañía legalmente. • Aprueba y Evalúa la planificación estratégica. • Lidera la gestión comercial de la empresa. • Establece metas y objetivos a corto y largo plazo. • Supervisa y controla el desempeño de sus empleados. • Toma decisiones acerca del rumbo que debe seguir la empresa. 	Título de tercer o cuarto nivel de preferencia en campos administrativos	Mínimo 3 años de experiencia en áreas similares al cargo.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Secretaria general	Debe ayudar al correcto funcionamiento de la empresa como un apoyo con el gerente.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordina las actividades del gerente. • Relación y control de proveedores. • Recibe y gestiona la correspondencia. • Recibe y gestiona la documentación de la empresa. • Se ocupa del control de gestión y la correcta administración de los recursos de la oficina. • Coordinar eventos de la empresa. 	Título de tercer nivel en campos de administración.	Mínimo de experiencia 2 años.

Continua

Continua

PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Departamento comercial	Es el encargado de planificar las futuras estrategias de mercado así como coordinar y establecer metas de ventas en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordina la tarea de cada uno de los vendedores. • Clasifica en categoría a los clientes de la empresa. • Verifica que las facturas estén dentro del sistema de pagos. • Determina el tamaño y la fuerza de ventas. • Planifica las acciones al área referente a su cargo. 	Título de tercer o cuarto nivel en el área comercial.	Mínimo de experiencia 2 años.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Mercadeo/Marketing	Es el encargado de diseñar la publicidad de la empresa que sea llamativa y atrayente para el público en general	<ul style="list-style-type: none"> • Define los objetivos comerciales. • La rentabilidad comercial. • Administra y mantiene las redes sociales de la empresa. • Analiza la competencia. • Diseña e implementa estrategias de marketing. 	Título de ingeniero en Marketing.	Mínimo de experiencia 1 en cargos afines.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Ventas/atención al cliente	Es el encargado del contacto directo con los clientes de ofrecer productos y servicios y responder a cada una de sus inquietudes.	<ul style="list-style-type: none"> • Define la organización de ventas; captación y desarrollo, dimensiones, territorios, compensación. • Diseña, implementa y ejecuta estrategias de ventas. • Elabora un registro de ventas. • Recoge y atiende quejas y reclamos de los clientes. • Canaliza las quejas al departamento responsable. • Ofrece a los clientes información solicitada. 	Título de Bachiller	No es necesario tener experiencia. Debe tener ánimos de superación, predisposición y carisma con el público.

Continua

Continua

PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Departamento financiero	Es el encargado de diseñar y controlar las estrategias financieras de la empresa y por ende coordina todas las actividades del área de contabilidad, tesorería y cajas	<ul style="list-style-type: none"> • Administra y coordina todas las actividades financieras de la empresa. • Establecer políticas y procedimientos financieros • Controlar y planificar el sistema de información contable. • Gestionar la liquidez de la empresa • Establece un sistema para el control de costos • Desarrolla mecanismos de gestión financiera 	Título de ingeniero en Finanzas.	Mínimo de experiencia 2 en cargos similares.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Contabilidad	Ejecutar el proceso contable de cualquier área especializada: asignar gestión presupuestaria, financiera y patrimonial, registro de libro diario General y Mayor General desarrollo de Estados Financieros.	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe solicitudes de contabilidad y decide su aprobación • Analiza el capital con el que cuenta la empresa • Supervisa y analiza los estados financieros de la empresa • Certifica el pago de sueldos a los empleados de la empresa • Mantiene actualizado los registros contables 	Título de ingeniero/ licenciado en contabilidad y auditoria	Experiencia mínima de 2 años en cargos afines.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Cajera/o	Es el encargado de custodiar todo el dinero que entra y sale de la empresa, sea en efectivo o cheques y registrarlos diariamente.	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe y da la bienvenida a los clientes • Recibe y entrega dinero en efectivo • Registra la entrada y salida del dinero • Realiza el arqueo de caja • Da respuesta a las inquietudes de los clientes 	Título de bachiller o tercer nivel.	Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Continua

continua

PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Departamento Técnico	Es el encargado de recibir y distribuir la solicitud de trabajo y los resultados.	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuye diariamente las acciones de trabajo. • Evalúa el desempeño de su personal a cargo. • Provee consejos técnicos. • Asegura el inventario adecuado y económico de suministros. • Revisa la calidad de los procesos. 	Título universitario en sistemas o ciencias de computación.	Experiencia de 3 años como supervisor técnico.
PERFIL	NATURALEZA DEL PUESTO	FUNCIONES	FORMACIÓN	EXPERIENCIA
Instalaciones	Es el encargado de la instalación de equipos para el servicio que ofrece la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza la instalación de maquinaria e implementos de servicio de internet. 	Título en ingeniero en sistemas o ciencias afines al cargo.	3 años de experiencia en operaciones.
Operaciones y mantenimiento	Elabora el programa anual de mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestiona los reclamos que se dan en atención al cliente y los soluciona de forma inmediata. • Garantiza la calidad del servicio. • Realiza visitas de supervisión a las instalaciones para determinar el mantenimiento preventivo, correctivo o adaptación. 	Título en ingeniero en sistemas o ciencias afines al cargo.	3 años de experiencia en operaciones o como supervisor.

3.3.8 Foda empresa Amazon TvNet

Tabla 24-3: Foda de la empresa

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	Fortalezas	Oportunidades
POSITIVO	Calidad en el servicio ofertado.	Cobertura en nuevas zonas.
	Los clientes ven a la empresa Amazon TvNet confiable, por ser oriunda del cantón que brinda este servicio.	Los clientes insatisfechos de otras operadoras.
	Excelente ubicación de la empresa.	Desarrollo de publicidad creativa.
	Clientes fidelizados.	La penetración de la necesidad del servicio de internet en la población.
	Experiencia en la industria de telecomunicaciones.	Adquisición de una infraestructura propia.
	Debilidades	Amenazas
NEGATIVO	No cuenta con una planificación estratégica	El incremento de empresas que ofertan el mismo servicio.
	Falta de infraestructura propia.	Los precios más bajos que ofertan la competencia.
	Inexistencia de un manual de funciones	Desconocimiento de los servicios que brinda la empresa Amazon TvNet.
	Falta de agilidad en el servicio.	Disminución de clientes fieles a la empresa.
	Falta de investigación y estrategias de mercado.	El no cumplimiento de metas que pueden dar lugar al cierre de contratos.

Elaborado: Calapucha, D. 2019.

Conclusión:

En base a la información recolectada en el FODA la empresa Amazon TvNet, puedo concluir que se encuentra estable ya que sus clientes siguen confiando en el servicio que esta les brinda desde su creación, pero posee debilidades que deben ser analizadas y resueltas para así poder cumplir con los objetivos y metas organizacionales.

3.3.9 Matrices

3.3.9.1 Matriz de Evaluación de factores externos (EFE)

Tabla 25-3: Matriz de factores Externos

Factores Críticos de Éxito	Peso	Calificación	Puntuación
OPORTUNIDADES			
Cobertura en nuevas zonas.	0,12	4	0,48
Los clientes insatisfechos de otras operadoras.	0,09	4	0,36
Desarrollo de publicidad creativa.	0,09	3	0,27
La necesidad del servicio de internet en la población.	0,12	4	0,48
Adquisición de una infraestructura propia.	0,07	3	0,21
AMENAZAS			1.8
El incremento de empresas que ofertan el mismo servicio.	0,12	2	0,24
Los precios más bajos que ofertan la competencia.	0,12	2	0,24
Desconocimiento de los servicios que brinda la empresa Amazon TvNet.	0,09	1	0,09
Disminución de clientes fieles a la empresa.	0,09	1	0,09
El no cumplimiento de metas que pueden dar lugar al cierre de contratos.	0,09	1	0,09
Total	1		2.55 Tendencia negativa

Elaborado: Calapucha, D. 2019

Conclusión: Como podemos evidenciar en la matriz de factores externos la suma es de 2.55 en su puntuación, y no posee estrategias que ayuden a utilizar de una mejor manera las oportunidades que se le presentan para así evitar que le afecten las amenazas que se presentan.

3.3.9.2 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Tabla 26-3: Matriz de factores Internos.

Factores Críticos de Éxito	Peso	Calificación	Puntuación
FORTALEZAS			
Calidad en el servicio ofertado.	0,12	4	0,48
Los clientes ven a la empresa Amazon TvNet confiable, por ser oriunda del cantón que brinde este servicio.	0,09	4	0,36
Excelente ubicación de la empresa.	0,09	3	0,27
Clientes fidelizados.	0,09	3	0,27
Experiencia en la industria de telecomunicaciones.	0,07	3	0,27
DEBILIDADES			1,65
No cuenta con una planificación estratégica	0,12	2	0,24
Falta de una infraestructura propia.	0,09	2	0,18
Inexistencia de un manual de funciones	0,12	2	0,24
Falta de agilidad en el servicio.	0,12	2	0,24
Falta de investigación y estrategias de mercado.	0,09	1	0,09
Total	1		2.64 Tendencia negativa

Elaborado: Calapucha, D. 2019

Conclusión: Como podemos evidenciar en la matriz de factores internos la puntuación es de 2.64, deben tratar de utilizar de mejor manera sus fortalezas para poder disminuir las debilidades ya que se encuentra en una tendencia negativa y deben tratar de solucionarlas de una forma inmediata por la estabilidad de la empresa.

3.3.9.3 Matriz de perfil Competitivo (MPC)

Tabla 27-3: Matriz de perfil Competitivo

Factores Claves de Éxito	CNT			Napo Tv		Tena visión		Amazon TvNet	
	Peso	Calificación.	Puntaje	calificación	Puntaje	calificación	Puntaje	calificación	Puntaje
Confianza	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Infraestructura	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24	3	0,24
Publicidad	0,11	3	0,33	2	0,22	1	0,11	1	0,11
Solvencia Financiera	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
Servicio al cliente	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Accesibilidad	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30
Agilidad del servicio.	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
Innovación/ Tecnología	0,11	4	0,44	3	0,33	3	0,33	3	0,33
Competitividad	0,11	4	0,44	2	0,22	2	0,22	3	0,33
Volumen de servicios y productos	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
TOTAL	1	3	3,22	3	2,19	3	2,08	2	2,29

Elaborado por: Calapucha, D. 2019

Conclusión: como se puede observar en la tabla de matriz de perfil competitivo de las Empresas que ofrecen el servicio de internet en la provincia y el cantón, el puntaje más alto es 3.22 de CNT que significa que es nuestro principal competidor en el mercado y las otras empresas se encuentran muy cerca de nuestro puntaje es decir están casi a la par por lo que debemos tomar medidas urgentes y plantear estrategias para convertirnos en una institución altamente reconocida en el mercado.

3.3.10 *Objetivos Estratégicos*

Tabla 28-3: Objetivo estratégico

Objetivos a corto plazo	Objetivos a largo plazo
Ejecutar un plan de marketing eficiente	Crear una nueva sucursal mínimo cada tres años.
Reducir y atender el número de quejas en la empresa.	Duplicar cada año, los resultados financieros del año anterior.
Brindar capacitación continua al personal de la empresa.	Implantar un manual de funciones.
Fortalecer la confianza de los clientes a través de promociones en el servicio.	Adquirir una infraestructura propia.
Mejorar la página web de la institución asíéndola llamativa e interesante a los clientes.	Implementar una forma de pago efectiva y cómoda para los clientes a través de medios tecnológicos.
Establecer una mejora en la estructura organizacional para la empresa fortaleciéndola un 100%.	Aumentar los planes de contratación de internet en un 80% mediante la difusión de los productos y servicios de manera masiva.
Implementar estrategias de servicio que otorguen a la empresa un alto grado de satisfacción en los clientes.	Rediseñar los elementos de la imagen corporativa de la empresa.

Elaborado por: Calapucha, D. 2019.

3.3.11 Políticas estratégicas

Tabla 29-3: Políticas estratégicas

ÁREA	POLÍTICAS	PROCEDIMIENTOS
ATENCIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a todos los clientes o usuarios que requieran información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar siempre la bienvenida y atenderlos inmediatamente.
	<ul style="list-style-type: none"> • La atención siempre será de una forma respetuosa y con cortesía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se brindará la atención a todos los clientes educada y ordenadamente en orden de llegada.
	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre se debe hallar una solución a cualquier tipo de inconveniente favoreciendo siempre al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe dar prioridad a los clientes en cualquier tipo de percance con la entidad.
ÁREA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre tener limpio el puesto de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No comer durante las horas de trabajo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Prohibido el ingreso de personal no autorizado al área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitar la presencia de familiares durante las jornadas laborales.
	<ul style="list-style-type: none"> • La presencia de los empleados debe ser integra. 	<ul style="list-style-type: none"> • No presentarse al lugar de trabajo en estado etílico o con lesiones físicas.

ÁREA	POLÍTICAS	PROCEDIMIENTOS
FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none"> • Deberá cumplir con los pagos de sueldos en el tiempo establecido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pagos de sueldos a empleados se realizarán al final de cada mes a sus respectivas cuentas bancarias.
	<ul style="list-style-type: none"> • No se podrán efectuar préstamos monetarios a ningún empleado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si se llegan a identificar algún tipo de préstamo la persona encargada será multada o dependiendo la gravedad de su infracción se procederá a su despido inmediato.
	<ul style="list-style-type: none"> • Los documentos no podrán salir de la institución sin previa autorización del gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estados financieros de la empresa permanecerán dentro de la institución para evitar cualquier tipo de manipulación al mismo.
VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener siempre una buena actitud con los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Predisposición a cualquier inquietud de los clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer periódicamente estrategias para la captación de nuevos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar juntas conjuntas con el personal y gerente para buscar estrategias llamativas para aumentar el número de clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un ambiente armonioso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir al cliente con una sonrisa en su rostro con amabilidad y sutileza.

Elaborado por: Calapucha, D. 2019.

3.3.12 Índices de Gestión

3.3.12.1 Índices de eficacia

Tabla 30-3: Índice de eficiencia

Puntos establecidos	Puntos cumplidos
Capacitaciones al personal	Realizada
Adquirir equipos más sofisticados.	Realizada
Diseñar publicidad llamativa.	No realizada
Contratar un sistema de seguridad.	No realizado
Brindar talleres de comunicación organizacional.	No realizado

Total = 2 actividades realizadas

Formula: actividades establecidas / actividades realizadas*100

X=3/5

Respuesta= 0,40*100=40%

Conclusión: según los datos encontrados en la tabla de índices de eficacia el 40% de las actividades planteadas se han logrado llevar a cabo por lo que se concluye que la empresa Amazon TvNet no está cumpliendo con lo que se establece y por lo cual no puede surgir como una empresa de excelencia, se debe tomar correctivos de inmediato.

Estrategias:

- Desarrollar una publicidad llamativa para los clientes.
- Contratar un sistema de seguridad para evitar futuros robos.
- Capacitar al personal con una cultura organizacional eficiente.

3.3.12.2 Índices de eficiencia

Tabla 31-3: Índices de eficiencia

Objetivos establecidos	Objetivos cumplidos
Mejorar la atención a los clientes.	Realizado
Evaluar el desempeño laboral	Realizado
Desarrollar estrategias de venta	No realizado
Aumentar su grado de competitividad	No realizado
Contratar personal calificado para su cargo.	No realizado
Aumentar la liquidez de la empresa	No realizado

Total: 2

Formula: objetivos establecidos/ objetivos cumplidos*100

$$X=2/6$$

Resultado: $0.333*100= 33.33\%$

Conclusión: según los datos encontrados en la tabla de índices de eficiencia el 33.33% de los objetivos planteadas se han logrado llevar a cabo por lo que se concluye que la empresa Amazon TvNet no está cumpliendo con lo que se establece y por lo cual no puede surgir como una empresa de excelencia, se debe establecer estrategias correctivas.

Estrategias:

- Implementar estrategias de ventas asertivas.
- Incrementar su grado de competitividad a través de una mejora continua.
- Reclutar y seleccionar personal calificado para cumplir con las necesidades de la empresa.
- Incrementar los índices financieros de la empresa.

3.3.12.3 Índice de productividad

Tabla 32-3: Índices de productividad

Objetivos establecidos	Objetivos cumplidos
Reducir costos de producción.	No realizado
Evaluar el crecimiento de clientes.	realizado
Publicidad.	realizado
Mejorar la productividad.	No realizado

Fórmula: número de clientes atendidos/costos de producción.

Año 2017	Año 2018	Año 2019
P=230/\$8.000 p=2,87	P=300/\$9.700 P=3,09	P=380/\$12.500 P=3.04

Como podemos evidenciar los costos de producción de la empresa Amazon TvNet son muy altos, ya que su estrategia de llegar a los lugares más alejados del cantón tiene un alto costo, su principal competidor Cnt llega a estos lugares con un pedido de mínimo 20 personas del sector mientras que la empresa Amazon TvNet lo realizado con el pedido de 4 usuarios lo que implica un alto costo de instalación por ende sus costos de producción son elevados y sus utilidades disminuyen.

Estrategias:

- Realizar instalaciones de internet cuando haya un número mínimo a 10 usuarios en el sector.
- Disminuir costos de producción.
- Realizar convenios con otra empresas más grandes.

3.3.13 Seguimiento de control

Tabla 33-3: Seguimos de control

Objetivo	Meta	Responsable	Periodo de medición.	Valor unitario	Costo total	Indicador
Diseño de publicidad llamativa para el público.	Programar publicidad por radio 2 veces por mes, y una propaganda publicitaria por los canales televisivos de la provincia 1 vez por semana atrayendo clientes futuros.	Departamento comercial: mercadeo/marketing.	Semestral Radio: 2 veces al mes. Tv: 1 vez a la semana	Radio: \$25 Tv:\$35	Radio:\$25*2semanas*12 meses= \$600 Tv:\$35 por empleado*4 semanas*12 meses= \$1680	Plan de marketing desarrollado/plan de marketing ejecutado *100
Contratar un sistema de seguridad.	Brindar seguridad a nuestros clientes y evitar robos a la empresa.	Gerente general	anual	\$350,00	Valor u.*12 meses= \$4.200	Eventos anteriores 2018/eventos presentes 2019
Capacitaciones al personal	Mejorar el clima organizacional de la empresa a través de capacitaciones cada 3 meses	Gerente general	semestral	Usuario \$15	Valor U.*7 empleados*4 trimestres= \$420	Número de empleados capacitados/total de empleados
Contratar personal calificado para su cargo	Aumentar el número de empleados de 7 a 10 en los próximos 12 meses.	Gerente general	anualmente	\$400	Valor U.*3 empleados nuevos= \$1.200	Número de empleados que se necesita/número de empleados actuales

Continua

Continúa

Desarrollar estrategias de venta	Aumentar el número de clientes en un 35% por año.	Departamento comercial: Ventas y servicio al cliente.	trimestralmente	0,00	0,00	Número de clientes ganados/número de clientes actuales
Mejorar la liquidez de la empresa.	Mejorar la liquidez de la empresa en un 30% más que el año anterior.	Departamento financiero.	anual	0,00	0,00	Índices financieros reales/índices financieros programados.
Reducir costos de producción.	Aumentar el número de usuarios de 5 a mínimo 15 personas para instalar el servicio en algún sector.	Departamento financiero y el departamento técnico.	anual	0,00	0,00	Número de clientes atendidos/ costos de producción.

Elaborado: Calapucha, D. 2019

CONCLUSIONES

- La Empresa Amazon TvNet se ha manejado de una forma empírica en los últimos años al no contar con una planificación estratégica, sin una misión, visión y un Foda para identificar sus oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas dando como resultado un crecimiento limitado lo que ha permitido que sus competidores ganen participación en el mercado.
- La planificación estratégica ayudará a la empresa al cumplimiento de sus objetivos estratégicos mejorando la competitividad y eficiencia logrando ser líderes en el cantón con un servicio de calidad y excelencia.
- Mediante la aplicación de la planificación estratégica del método de Fred r. David la empresa logrará alcanzar todas sus metas deseadas convirtiéndose en una empresa empoderada al servicio de la ciudadanía de Archidona.

RECOMENDACIONES

- El gerente de la empresa Amazon TvNet debe llamar a una socialización de la planificación estratégica planteada para que el personal se sienta motivado e identificados con cada uno de los aspectos relevantes como la misión, visión, valores objetivos y estrategias para así poder cumplir al 100% los objetivos eficientemente.
- La empresa Amazon TvNet deberá implementar cada una de las estrategias planteadas en su empresa con los indicadores propuestos para la efectividad de cada de las estrategias caso contrario todo será meramente superficial y no habrá cambio alguno en la organización.
- La mejor forma de verificar el cumplimiento de las estrategias y su efectividad será a través de seguimientos y control lo que determinará el grado de satisfacción de los clientes, así como el de su personal, implementando estrategias en base a las necesidades que se presenten y con los recursos que disponga en ese momento.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. 6ª ed. Venezuela: EPISTEME C.A.
- Armijo, M. (2009). En *Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. IISPEL-CEPAL.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). En *Administración: liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. 8ª ed.. Mexico: McGraw Hill.
- Blasco, A., & Pérez, C. (2007). *Enfoque cualitativo*. Obtenido de: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Campos & Lule. (2012). *“La observación, un método para el estudio de la realidad”*. México: Pearson Educación
- Campos, N. (2018). *“Plan Estratégico para la captación de nuevos clientes de la sub Distribuidora de servicios de internet Pacalaza S.A (Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil)*. Obtenido de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2310/1/T-ULVR-2107.pdf>.
- Campoy, D. (2010). *Gestión emprendedora estrategias y habilidades para el emprendedor actual*. México: Ediciones de la U.
- Chamba, A. (2019). *Elaboración de un plan estratégico para el Comercial Tello de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, período 2018-2022*.(Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/11275/1/22T0491.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2004). *Administración en los Nuevos Tiempos*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Coulter, M., & Robbins, S. (2005). *Administración*. 8ª ed. Mexico: Pearson Educación.
- David, F. (2003). *“Conceptos de Administración Estratégica”* 9ª ed. México: Pearson Educación.
- Dess, L., & Eisner, L. (2011). *Administración Estratégica textos y casos*. México: McGraw-Hill.
- Díaz, M., & Varela, T. (2013). *La entrevista recurso flexible y dinámico*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Diez, E. (2014). *Administración y Dirección*. Mexico: Pearson Educación.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estratégica* 14ª ed. Mexico: Pearson Educacion.
- Garrido, J. (2000). En *Comunicación de la Estrategia*. España: Gestión.
- Gehisy, A. (2016). *Herramientas para analisis de contexto para MEFI-MEFE*. Obtenido de: <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>
- Hernández, F, & Baptista, B. (2014). *Metodología Investigación*. Obtenido de: <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>.
- Hernandez, N. (2012). En *Admintración de Empresas*. Madrid: Pirámide.

- INEC. (2010). Resultados del censo 2010. Obtenido de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- Koontz, W., & Cannice, W. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. Mexico: McGraw-Hill.
- López, B. (2017). *Planificación estratégica para la Empresa "SVTEX", de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, período 2016-2020*. (Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.espech.edu.ec/handle/123456789/12836>
- Munch, L. (2009). *Fundamentos de Administración*. México. McGraw-Hill.
- Muñoz, P. (2018). *Concepto de Población y Muestra en Estadística*. Obtenido de: <https://prezi.com/xqbfk9xlciiq/concepto-de-poblacion-y-muestra-en-estadistica/>
- Navajo, P. (2009). En *Planificación estratégica en las organizaciones no lucrativas*. Madrid: NARCEA S.A.
- Ortega, A. (2014). *Planeación Estratégica Financiera*. México: McGraw-Hill.
- Ortiz, M. (2015). *Guía de Entrevista y de observación*. Obtenido de: https://prezi.com/ooatecj5_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/
- Quintal, A. (2005). *Desarrollo estretégico de la pequeña empresa impulso a la economía de yucatán*. México. Yucatán: UADY.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* 10ª ed. Mexico: Pearson Educación.
- Robbins, S., & Decenzo, D. (2008). *Supervisión* 5ª ed. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Colombia: *Escuela de Administración de Negocios*.
- Rodríguez, J. (2005). *Como aplicar la Planificación estratégica en la pequeña y mediana empresa*. Mexico: Thompson.
- Rojas, S., & Medina, D. (2012). *Planeación estrategica*. Bogotá: ediciones de la U.
- Salazar, P., & Terán, J. (2015). *Propuesta de un modelo de Gestión administrativa para la compañía sumequipvega cia.ltda, importadora y comercializadora de suministros médicos, quirpurgicos como modelo aplicable para pymes familiares* (Tesis de pregrado, Univercidad Politécnica Salesiana). Obtenido de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9294/1/UPS-QT07173.pdf>
- Sánchez, A. (2015). *Matriz FODA y su aplicación en sus evaluaciones de impacto*. Obtenido de: <http://data.evalua.cdmx.gob.mx/docs/gral/taller2015/M01MFA.pdf>
- Spurrier, W. (2012). *Cooperativas de Ahorro y Crédito*. Quito: El Telégrafo.
- Steiner. (2007). *Planificación estratégica*. New York: Collier Mac Millan.
- Taylor, E. (2010). *Misión Visión valores*. Obtenido de: <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>

Thompson, I. (2010). *Mercadotecnia*. Obtenido de:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Vela, A. (2018). *Matriz de evaluación de factores externos (MATRIZ EFE-MEFE)*. Obtenido de:
<https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 29 / 05 / 2020

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Dayana Marisela Calapucha Imunda
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Administración de Empresas
Carrera: Finanzas
Título a optar: Ingeniera en Finanzas
Documentalista responsable: Lic. Luis Caminos Vargas Mgs.