



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
LOOGIKA S.A. EN LA CIUDAD DE PUJILÍ PARA EL PERÍODO
2022- 2026

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

AUTOR:

WILLIAM MIGUEL SASIG SUNTASING

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
LOOGIKA S.A. EN LA CIUDAD DE PUJILÍ PARA EL PERIODO
2022- 2026

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

AUTOR: WILLIAM MIGUEL SASIG SUNTASING

DIRECTOR: ING. MERINO NARANJO GINO GEOVANNY,

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, William Miguel Sasig Suntasing

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 de Autor.

Yo, William Miguel Sasig Suntasing, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citadas y referenciadas.

Como autora, 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 marzo del 2022

William Miguel Sasig Suntasing

CI: 210030738-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA COMERCIO EXTERIOR

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación, **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA LOOGIKA S.A. EN LA CIUDAD DE PUJILÍ PARA EL PERIODO 2022- 2026**, realizado por el señor: WILLIAM MIGUEL SASIG SUNTASING, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Gabriel Pilaguano

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



29-03-2022

Ing. Gino Merino

**DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN**



29-03-2022

Ing. Eduardo Rodríguez

MIEMBRO DE TRIBUNAL



29-03-2022

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios, a mi virgencita, a Jesús, a todos los espíritus que me cuidan, al arcángel miguel, al santo niño de Isinche, a la virgen de agua santa de baños, por las bendiciones recibidas cuando pedí salud y ayuda por la operación de mi hermano Christian en España y por qué de consuelo y resignación a mi hermano Washington Sasig por la partida de nuestro angelito Leonardo Sasig, y que si existe otra vida me permita verlo para poder abrazarlo, besarlo y decirle que su recuerdo lo llevo tatuado en el fondo de mi ser y voy a dar lo mejor de mí para que un día pueda encontrarme con él en la eternidad, ya que no paso un día sin recordar que la vida es aquí, para decir un te estimo o un te quiero y sobre todo tener la dicha de poseer una gran familia digna de admiración.

A mis hermanos CHRISTIAN SASIG SUNTASIG Y WASHINGTON SASIG SUNTASIG por apoyarme incondicionalmente, a mi esposa Jaqueline Caillagua Iza por la paciencia y la insistencia para este logro, por su dedicación, amor, paciencia y preocupación, y especialmente a mi bebe Margarita Sasig Caillagua, por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida. A mis amigos y familiares porque sé que en un futuro yo poder compartir este triunfo con ellos y compartirle mis experiencias.

A mi mami ROSA SUNTASIG CRIOLLO, por su dedicación en sembrar mediante su ejemplo de amor, esfuerzo, lucha y consejos han sabido sentar buenos cimientos, para que pueda cumplir con las metas que me he propuesto.

A mi padre SEGUNDO SASIG TASHIPANTA, por su fuerza de carácter que influyo en mí para nunca temer a ningún problema y así cumplir todo lo que me proponga.

A mis primos Henry, Jeferson, Erika, Willian Simaluisa, por el apoyo incondicional.

A mis tíos Wenceslao, Zoila, Hernán, Ángela, María Clementina, Jose Yangari, Mario Chasiloa, por siempre estar ahí cuando les he necesitado.

A mis amigos Luis Hidalgo, Boris Barroso, Gerardo Veloz, Luis Oña, porque siempre puedo confiar en su ayuda.

A la familia Guaman, Papa José, Mama María, Esperanzita, Juanita, Fernando y Maycon por ser como mi segunda familia.

A mis suegros Rodrigo Caillagua y Margarita Iza por nunca negarse a cualquier petición de mi parte.

A mis cuñados y sus conyugues, Marco Vinicio, Polito, Luis, Alexandra, Rodrigo, y Jessica por acoplar siempre a mi familia.

A mi primo, Edwin Tasipanta y su digna esposa.

A mis abuelitas Angelina Criollo y Fidela Tasipanta por siempre cuidarme, y corregirme con su calor de madre.

A todos mis parientes, amigos y conocidos por tener la dicha de contar con su amistad.

AGRADECIMIENTO

De manera especial quiero agradecer a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO por la formación profesional obtenida, a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y A LA ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR por los valiosos conocimientos obtenidos y por la ayuda brindada durante toda mi carrera profesional.

A todos y cada uno de los profesores que me han acompañado en el transcurso de la carrera por ser más que profesores ser amigos.

De manera especial quiero agradecer a mis padres mis hermanos a mi esposa Jaqueline y a mi bebe Margarita Maythe quienes han sido los que me apoyaron durante mi carrera desde mis inicios, y que con el pasar de los años gracias a sus buenos consejos he podido superar todos los altibajos presentados.

A la empresa de Loogika S.A. por la apertura y apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS:	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	6
<i>1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1 Antecedentes históricos.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2 Marco Teórico.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.1 Plan.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.1.1 Importancia de un plan.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2 Administración.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.2.1 Amplitud de la administración:.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.2.2 Características de la administración.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.2.3 Funciones de la Administración.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.2.4 Principios de la administración.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.3 Planificación.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.3.1 Características de la planificación.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3.2 Importancia de la planificación:.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.3.3 Ventajas de la planificación:.....</i>	<i>16</i>
<i>1.2.3.4 Desventajas de la planificación:.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.3.5 Tipos de planificación.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.3.6 Técnicas de planificación.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.4 Planificación estratégica.....</i>	<i>19</i>
<i>1.2.4.1 Características de la planificación estratégica.....</i>	<i>19</i>
<i>1.2.4.2 Importancia de la planificación estratégica.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.4.3 Ventajas.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2.4.4 Desventajas.....</i>	<i>21</i>
<i>1.2.4.5 Propósito.....</i>	<i>22</i>
<i>1.2.4.6 Etapas de la planificación.....</i>	<i>23</i>

1.2.5	<i>Estrategia</i>	24
1.2.6	<i>Fases del proceso estratégico</i>	25
1.2.6.1	<i>Formulación de las estrategias</i>	25
1.2.6.2	<i>Ejecución e implementación de las estrategias</i>	26
1.2.6.3	<i>Evaluación de estrategias</i>	26
1.2.7	<i>FODA</i>	26
1.2.7.1	<i>Importancia del FODA</i>	27
1.2.7.2	<i>Áreas de acción del FODA</i>	27
1.2.7.2.1	<i>Parte Interna:</i>	28
1.2.7.2.2	<i>Parte externa</i>	28
1.2.8	<i>Misión</i>	29
1.2.8.1	<i>Características de la misión</i>	30
1.2.9	<i>Visión</i>	30
1.2.9.1	<i>Características de la visión</i>	30
1.2.10	<i>Objetivos</i>	31
1.2.10.1	<i>Características de los objetivos</i>	31
1.2.11	<i>Valores organizacionales</i>	31
1.2.11.1	<i>Características de los valores organizacionales</i>	32
1.2.12	<i>Metas</i>	32
1.2.12.1	<i>Características de las metas</i>	32
1.3	<i>Idea a defender</i>	33

CAPITULO II

2	<i>MARCO METODOLÓGICO</i>	33
2.1	<i>Enfoque investigativo</i>	33
2.2	<i>Nivel investigativo</i>	35
2.3	<i>Diseño investigativo</i>	35
2.4	<i>Tipo de estudio</i>	35
2.5	<i>Población y muestra</i>	36
2.5.1	<i>Población</i>	36
2.5.2	<i>Muestra</i>	37
2.6	<i>Métodos técnicas e instrumentos de investigación</i>	38
2.6.1	<i>Métodos</i>	38
2.6.2	<i>Técnicas</i>	38
2.6.3	<i>Instrumentos</i>	39
2.7	<i>Análisis e interpretación de resultados</i>	40

2.7.1	Resultados Cuantitativos	40
2.7.1.1	<i>Encuesta empleados</i>	40
2.7.1.2	<i>Encuesta clientes</i>	50
2.7.2	Resultados Cualitativos	60
 CAPITULO III		 62
3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	62
3.1	Propuesta	63
3.2	Introducción	63
3.3	Esquema de la propuesta	65
3.4	Generalidades de la empresa	65
3.4.1	<i>Reseña histórica</i>	65
3.4.2	<i>Identificación de la empresa:</i>	66
3.4.3	<i>Registro tributario</i>	66
3.5	Fundamentos estratégicos	67
3.5.1	Misión	67
3.5.1.1	<i>Características del planteamiento de la misión</i>	67
3.5.1.2	<i>Misión propuesta</i>	67
3.5.2	Visión	68
3.5.2.1	<i>Características del planteamiento de la visión</i>	68
3.5.2.2	<i>Visión propuesta</i>	68
3.5.3	Valores corporativos	68
3.5.4	Política de calidad	70
3.5.5	Objetivos estratégicos	70
3.5.6	Slogan	70
3.5.7	Logotipo	71
3.5.8	Organigrama	71
3.6	Análisis situacional	71
3.6.1	Matriz de implicados	72
3.6.2	Matriz FODA	73
3.6.3	Formulación de estrategias	72
3.6.4	<i>Matriz de evaluación de factores externos EFE</i>	74
3.6.5	<i>Matriz de evaluación de factores internos EFI</i>	76
3.7	Plan Operativo	78
3.8	Balance Scordcare	80
CONCLUSIONES		81

RECOMENDACIONES.....	82
GLOSARIO.....	83
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Población	36
Tabla 2-2: Planificación estratégica	40
Tabla 3-2: Mejorar el servicio	41
Tabla 4-2: Misión y visión	42
Tabla 5-2: Desarrollo de la empresa	43
Tabla 6-2: Gestión administrativa	44
Tabla 7-2: Plan estratégico institucional	45
Tabla 8-2: Problemas administrativos.....	46
Tabla 9-2: Organigrama funcional.....	47
Tabla 10-2: Calificación de la gestión	48
Tabla 11-2: Rentabilidad.....	49
Tabla 12-2: Productos y servicios	50
Tabla 13-2: Frecuencia de pedidos	51
Tabla 14-2: Atención al cliente.....	52
Tabla 15-2: El servicio en la empresa	53
Tabla 16-2: Precio	54
Tabla 17-2: Asesoramiento	55
Tabla 18-2: Servicio.....	56
Tabla 19: Desarrollo de la empresa.....	57
Tabla 20-2: Grado de satisfacción.....	58
Tabla 21-2: Necesidades de la empresa	59
Tabla 22-2: Entrevista gerente	60
Tabla 1-3: Datos generales de la empresa.....	66
Tabla 2-3: Implicados	72
Tabla 3-3: Matriz de implicados	72
Tabla 4-3: Matriz FODA.....	73
Tabla 5-3: Factores externos EFE	74
Tabla 6-3: Calificación matriz EFE	75
Tabla 7-3: Matriz EFI	76
Tabla 8-3: Calificación matriz EFI	77
Tabla 9-3: Plan operativo	78
Tabla 10-3: Balance Scordcare	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2: Planificación estratégica	41
Gráfico 2-2: Mejorar el servicio.....	42
Gráfico 3-2: Misión y visión	43
Gráfico 4-2: Desarrollo de la empresa	44
Gráfico 5-2: Gestión Administrativa.....	45
Gráfico 6-2: Plan estratégico institucional	46
Gráfico 7-2: Problemas administrativos.....	47
Gráfico 8-2: Organigrama funcional.....	48
Gráfico 9-2: Calificación de la gestión	49
Gráfico 10-2: Rentabilidad.....	50
Gráfico 11-2: Productos y servicios.....	51
Gráfico 12-2: Frecuencia de servicio	52
Gráfico 13-2: Atención al cliente.....	53
Gráfico 14-2: El servicio de la empresa.....	54
Gráfico 15-2: Precio.....	55
Gráfico 16-2: Asesoramiento	56
Gráfico 17-2: Servicio.....	57
Gráfico 18-2: Desarrollo de la empresa	58
Gráfico 19-2: Grado de satisfacción	59
Gráfico 20-2: Necesidades de la empresa	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3: Esquema.....	65
Figura 2-3: Valores corporativos	69
Figura 3-3: Slogan	71
Figura 4-3: Organigrama.....	71
Figura 5-3: Amenazas	75
Figura 6-3: Oportunidades	75
Figura 7-3: Fortalezas	77
Figura 8-3: Debilidades.....	77

ÍNDICE DE ANEXOS:

ANEXO A: Encuesta empleados

ANEXO B: Encuesta clientes

ANEXO C: Entrevista gerente

ANEXO D: RUC

ANEXO E: Fotografías

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue diseñar una planificación estratégica para la empresa Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí periodo 2022-2026, certificando la consecución de los objetivos y la toma de decisiones oportunas en la organización. La planificación se realizó en base a una investigación de campo y documental, se aplicó encuestas tanto a los clientes como al personal administrativo de la organización, tiene como finalidad aplicar una herramienta que permita mejorar la gestión administrativa y el direccionamiento estratégico empresarial. También se realizó un análisis interno y externo de los riesgos que afectan a la empresa utilizando la matriz FODA, se realizó una entrevista al Gerente quién manifestó no cuentan con una planificación estratégica razón por la cual no se alcanzado los propósitos y objetivos planteados por la entidad. El presente trabajo de investigación sustenta la necesidad de proporcionar un instrumento de gestión para la solución administrativa y contribuya al desarrollo de la organización, con el fin de promover el mejoramiento interno y externo de las áreas principales de la entidad. Se recomienda desarrollar y fomentar dentro de la organización una cultura de planificación, así como también evaluar constantemente la gestión administrativa.

Palabras clave: <PERSONAL ADMINISTRATIVO>, <PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA>, <MATRIZ FODA>, <MEJORAMIENTO INTERNO Y EXTERNO>, <GESTIÓN ADMINISTRATIVA>.



07-06-2022
1109-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to design a strategic planning for the company Loogika S.A. in the city of Pujilí for the period 2022-2026, certifying the achievement of objectives and timely decision-making in the organization. The planning was carried out based on a field and documentary investigation, surveys were applied to both clients and the administrative staff of the organization, its purpose is to apply a tool that allows improving administrative management and strategic business management. An internal and external analysis of the risks that affect the company was also carried out using the SWOT matrix, an interview was conducted with the Manager who stated that they do not have a strategic planning, which is why the purposes and objectives set by the entity were not achieved. . This research work supports the need to provide a management tool for the administrative solution and contribute to the development of the organization, in order to promote the internal and external improvement of the main areas of the entity. It is recommended to develop and foster a planning culture within the organization, as well as to constantly evaluate administrative management.

Keywords: <ADMINISTRATIVE PERSONNEL>, <STRATEGIC PLANNING>, <SWOT MATRIX>, <INTERNAL AND EXTERNAL IMPROVEMENT>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>.



Luis Fernando Barriga Fray
0603010612

INTRODUCCIÓN

Una planificación estratégica es un instrumento muy necesario para las organizaciones en la actualidad, ya que permite tener una más extensa visión de la razón de ser de las empresas, es necesario para aquellas que deseen manejarse de una manera eficiente y eficaz, ya que también permiten tomar decisiones más apropiadas que contribuyan a alcanzar las metas y objetivos deseados por las empresas.

En la actualidad la competitividad en las organizaciones es cada día más enérgico y aquellas que no se adecuen a los cambios tienden a desaparecer, es por ello que en una planificación estratégica se propone concretar los elementos claves como: misión, visión, valores corporativos, organigrama estructural, objetivos estratégicos, y estrategias empresariales que ayuden a la toma de decisiones de la gerencia, permitiendo alcanzar los objetivos y metas planteadas.

El desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Loogika S.A se realizó con el objetivo de mejorar la gestión administrativa y el direccionamiento estratégico empresarial, además de eso se busca crecer dentro del mercado competitivo, la misma que está compuesta por tres capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I. Marco teórico referencial: En el mismo se detalla las diferentes fuentes bibliográficas, que sirvieron como bases para fundamentar la investigación realizada.

Capítulo II. Marco metodológico: En este punto se detalla el enfoque que tendrá la investigación, la población y la muestra, así mismo los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación que se usaron para levantar la información acerca de la situación actual de la organización.

Capítulo III. Marco de resultados y discusión de los resultados: En este capítulo se realizó un análisis general de la información recolectada para poder establecer una propuesta de planificación estratégica para la empresa Loogika S.A. Finalmente, se definió las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados de la investigación realizada en la empresa Loogika S.A.

✓ Planteamiento del problema

En el Ecuador los planes estratégicos en ocasiones ni siquiera llegan a aplicarse, en la mayoría de los casos las empresas carecen de actitud, conocimientos o herramientas para realizar adecuadamente la formulación o ejecución de la planificación estratégica. En otros casos la ambición desmedida demuestra la poca práctica de una estrategia definida, otro de los problemas es la falta de recursos y personal idóneo considerando esto la causa del fracaso en muchos negocios.

Actualmente en el País, el inadecuado manejo de recursos y la mala administración ha provocado que varias instituciones no consigan ser rentables y mucho menos confiables como un ente económico eficiente en el País, por lo cual diferentes instituciones han cesado sus actividades.

En el Pujilí Provincia de Cotopaxi, Ecuador, se encuentra ubicada La empresa Loogika S.A no cuentan con una planificación estratégica para el manejo administrativo, presentando dificultades para la toma de decisiones.

La Institución por ser una Compañía Familiar no cuenta con la correcta Administración, es por esta razón que se quiere realizar un Modelo de planificación estratégico, en donde implica la realización de todo lo que le falte a la Compañía puesto que ésta solo cuenta con la Escritura, ayudando de esta manera a los accionistas para que ésta pueda tener una guía de cómo salir adelante y posesionarse en el mercado,

La compañía se encuentra en riesgo por contar con una administración de manera empírica; dejando de lado la técnica y la profesionalización.

✓ Formulación del problema

¿Cómo influyen la formulación de estrategias empresariales la empresa Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022- 2026?

✓ **Sistematización del problema**

- ¿Como afecta a la empresa en no contar con una planificación estratégico?
- ¿Cuánto ayudaría un correcto diagnóstico de las empresas?
- ¿Cuál sería el efecto de la implementación de un plan estratégico?

✓ **Objetivos**

✓ **Objetivos generales**

Diseñar un modelo de planificación estratégica que permita incrementar la eficiencia de la gestión administrativa de la Empresa Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026.

✓ **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional de la gestión administrativa que permita conocer los factores positivos y negativos que inciden en la Empresa Loogika S.A en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026.
- Formular el proceso estratégico que sirva de guía en el desarrollo de la planificación.
- Diseñar un plan estratégico para mejorar el grado de eficiencia de la gestión administrativa de la Empresa Loogika S.A en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026.

✓ **Justificación**

La presente investigación es de gran calidad, dando solución a un problema conciso, se basa en la necesidad de formular un Plan Estratégico para la Empresa Loogika S.A en

la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026. Será un documento que permitirá ser una guía para futuros trabajos relacionados con el desarrollo de la organización y su mejoramiento en el ámbito en el que se desenvuelve.

Mediante la elaboración del presente trabajo de titulación se busca perfeccionar el ámbito organizacional que permita el desarrollo de la empresa por eso radica la importancia de la formulación de un Plan Estratégico que admita instaurar los procesos, que permita resumir el rumbo, y la directriz que debe perseguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas establecidas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano y tecnológico.

La planificación estratégica permitirá: planificar, organizar, dirigir, evaluar y controlar los recursos de la Empresa Loogika S.A en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026. así mismo se utilizará para el desarrollo de programas, proyectos, los que serán utilizados para implantar un valor agregado en la prestación de servicios a la comunidad.

Además, con el desarrollo adecuado de la investigación se podrá identificar y plantear la eliminación de las deficiencias, que puedan presentarse en cualquiera de los procesos estudiados.

✓ **Justificación teórica:**

La elaboración del presente trabajo de investigación busca aprovechar las teorías, los conceptos y modelos diseñados por varios autores, lo que busca especialmente es estimular al talento humano de la empresa, fortificando los campos del desarrollo de la gestión y del proceso administrativo empresarial, mediante una comunicación efectiva y reforzada encaminada a la optimización de los recursos que posee la empresa con la intención de conseguir objetivos y metas mediante una correcta planeación estratégica, misma que nos ayude a mejorar la toma de decisiones. Esta investigación tiene su impacto en el campo de la gestión y manejo del proceso administrativo la Empresa Loogika S.A en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022-2026.

✓ **Justificación metodológica:**

Desde el punto de vista metodológico se justifica su desarrollo, debido a que se utilizara la metodología de investigación, que consiste en identificar el problema, para luego de analizar la información necesaria, diseñar soluciones a través de las variables, así como definir los objetivos de la investigación. Todo esto se realizará mediante el estudio y la aplicación de todos los mecanismos metodológicos oportunos, que contribuyan a tener un trabajo de excelencia.

✓ **Justificación práctica**

Para iniciar tenemos como principal beneficiario del plan estratégico a la Empresa Loogika S.A en la ciudad de Pujilí. Debido a que en el trabajo investigativo sobresale relevancia de la práctica, considerando que la planificación estratégica ayudara para el mejoramiento administrativo y el fortalecimiento organizacional, permitiendo mejor la calidad del servicio de la misma. Además, con esta herramienta permitirá el respectivo seguimiento y la evaluación de los procesos, y así el nivel de eficiencia administrativa se verá incrementado de manera significativa.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes históricos

Para desarrollar la siguiente tesis, se investigó y analizo de un respaldo teórico - científico por lo cual se utilizó como referencia el estudio y análisis de las herramientas existentes y material bibliográfico de las universidades a nivel nacional, las mismas que cuentan con carreras afines con el área financiera tales como: Escuela Superior Politécnica del Ejército, Universidad Central del Ecuador, , Universidad Técnica de Ambato, y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. También se ha tomado en cuenta como referencia la información proporcionada por la Gerente y los trabajadores de la empresa Loogika S.A. Además, se investigó en diferentes fuentes bibliográficas dentro de los límites que nos brinda nuestro país, utilizando diferentes teorías de varios autores de libros, artículos científicos, monografías, sitios web entrevistas, artículos de revista, etc. Y con la finalidad de disponer de modelos de trabajos de titulación sobre la investigación a desarrollar se utilizó:

La autora (Martinez, 2015), diseña la tesis titulada La planificación estratégica y su incidencia en la productividad de la empresa de pantuflas cuyos objetivos son: Formular una planificación estratégica que le permita a la empresa el mejoramiento de la gestión administrativa con la finalidad de alcanzar propósito planteados por la organización. En el planteamiento del problema nos explica que los procesos administrativos son defectuosos, y afectan directamente en la dirección administrativa, esto provoca que las actividades sean descoordinadas e ineficientes.

El autor (Saiga, 2019) plantea la siguiente tesis: desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Proveedor Industrial, ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2020- 2024. cuyo objetivo: es el desarrollo de una planificación estratégica que le permita incrementar la eficiencia en la comercialización e incremento de clientes y utilidad. Elaborando una propuesta de planificación estratégica para mejorar

la eficiencia. En su planteamiento del problema comenta que esta empresa tiene un sistema de comercialización es muy frágil al momento de atender a los clientes, debido a que los proveedores no brindan un abastecimiento oportuno adicional a esto se incrementan en mayor grado sus gastos operacionales y disminuyendo las utilidades.

El autor (Valle, 2019) en su tesis titulada: Desarrollo de una planificación estratégica para la compañía de taxis Las Playas de Santo Domingo S.A. Transplayasa., Periodo 2020-2025. Cuyo objetivo es: diseñar una planificación que permita mejorar la eficiencia, de la compañía dividido en tres etapas: la formulación implantación y evaluación de las estrategias que permita analizar el problema. En el planteamiento del problema se enfoca en que no se posee una pauta que permita que la organización establezca un camino para poder alcanzar metas y objetivos. Además, que no se evalúa de manera continua el trabajo y el desempeño por este motivo las pocas estrategias implementadas han fracasado en esta organización.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Plan

Para (DGIPYME, 2018) nos argumenta que:

El plan es un instrumento necesario cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial, para obtener metas establecidas a largo plazo.

1.2.1.1 Importancia de un plan

Según (Plaza, 2019) nos dice que:

El plan es importante porque nos permite 3 acciones importantes:

- Definir la situación actual de una empresa.

- Formular estrategias en un tiempo determinado.
- Determinar a donde se dirige la empresa.

Planificar puede significar la victoria y la calma de los administradores y de los dueños del capital. Hay que ser entusiastas de la planeación precisamente porque nadie puede anticiparse y mitigar todos los riesgos que se presenten.

1.2.2 Administración

Para (Jimenez, 2016):

La administración es un proceso mediante el cual se sistematizan los recursos de un grupo mutuo para alcanzar la máxima eficiencia, calidad y productividad en el logro de sus objetivos y metas.

El autor (Norberto, 2014) argumentan que:

La administración es una ciencia y un arte, y afirman que la destreza de la administración es un arte en empleo de que su ejercicio requiere un conjunto de cualidades y habilidades personales para alcanzar el éxito.

Según el autor (Hernandez, 2014), en su libro nos dice que:

La administración es la consecuencia histórica acumulada de la contribución de científicos en múltiples disciplinas. Así tenemos que la filosofía alimenta a todas las ciencias y estas, a su vez proporcionan la sistematización de un nuevo conocimiento que nació a principios del siglo pasado con el nombre de administración.

La administración significa alcanzar los objetivos y metas planteadas y por eso se debe decidir con antelación que se quiere conseguir y como se va a alcanzar, utilizando los recursos disponibles en la empresa y elaborando las actividades planteadas mitigando los riesgos.

1.2.2.1 Amplitud de la administración:

Según (Candelas, 2014), en su libro menciona que:

La administración se aplica a todos los niveles de las organizaciones formales, es decir, a presidentes, gerentes, supervisores y hasta a las amas de casa, etc.

La administración se da donde quiera que existe un organismo social; el éxito de éste dependerá de su buena administración. Para las grandes empresas la administración técnica o científica es indiscutible y esencial, su utilización adecuadamente hará que exista elevación de la productividad, el cual es un factor importante y preocupante en el campo económico-social de hoy en día.

Un administrador de empresas es la persona que se encarga de controlar, ejecutar, analizar, manejar, vincular, liderar, planificar y tomar las decisiones, además de otras funciones dentro de una empresa u organización. Cuando se hace referencia de los departamentos en la que un administrador de negocios puede trabajar, se deben mencionar las áreas relacionadas con la economía, como finanzas, gastos de administración industrial, contabilidad o tesorería, áreas relacionadas con la actividad comercial, como marketing y ventas, y también otros, como recursos humanos, logísticos o de producción.

1.2.2.2 Características de la administración

El autor (Torres, 2014), en su libro manifiesta las siguientes características:

- ✓ **Universalidad:** Representa un valor instrumental, dado que su propósito es práctico, por lo tanto, la administración resulta ser un intermedio para conseguir un propósito. De igual manera, es universal porque puede ser aplicada en cualquier tipo de organización social, así como en los sistemas políticos.
- ✓ **Especificidad:** Es decir, no se puede confundir con otras disciplinas relacionadas.

- ✓ Flexibilidad: Se considera flexible, porque los principios administrativos se adaptan a las necesidades específicas de cada grupo social u organización donde se requiere aplicar.
- ✓ Unidad Jerárquica: En todas las organizaciones existen individuos con jerarquías de jefes y éstos forman parte de todas la modalidades y grados de administración. Las empresas se encuentran conformadas por un solo cuerpo administrativo, desde el gerente general, hasta el último asistente.
- ✓ Valor Instrumental: La administración es un instrumento utilizado por los organismos sociales, privados o públicos, para alcanzar un fin u objetivos trazados de una manera eficiente.
- ✓ Interdisciplinariedad: La administración utiliza los procesos, principios y métodos de otras ciencias que se relacionan con la eficiencia en el trabajo.

1.2.2.3 Funciones de la Administración

Según (Candelas, 2014), propone los principales fundamentos de la administración son:

- ✓ Planificar: Es el procedimiento mediante el cual se toman las decisiones para lograr las metas trazadas para el futuro de la organización, se debe tener en cuenta la situación para ese momento y los factores internos y externos, que pueden intervenir en el logro de las metas u objetivos.
- ✓ Organizar: Se refiere a establecer la estructura de una organización, determinando las funciones que cada individuo debe desempeñar. Al organizar se debe garantizar la asignación de tareas necesarias para el cumplimiento de los objetivos a las personas mejor capacitadas para dichas labores. Es decir, integrar y coordinar los recursos financieros, materiales y humanos fundamentales para el cumplimiento máximo de un objetivo.

- ✓ Ejecutar: En la administración, ejecutar es la acción de llevar a cabo las actividades resultantes de la planificación y organización, y para ello es necesario tomar medidas para alentar a los miembros encargados de realizar las actividades, entre ellos tenemos: incentivar , instruir, ayudar a los integrantes del equipo, entre otros.
- ✓ Controlar: Se refiere a la función administrativa a través de la cual se evalúa el desempeño, que incluye todas las actividades que se llevan a cabo para garantizar que las operaciones reales, coincidan con las operaciones planificadas y se puedan considerar como una de las más importantes para un trabajo directivo óptimo.

1.2.2.4 Principios de la administración

Según (Barona, 2020) en su artículo nos manifiesta que los principios de la administración son:

- ✓ División de trabajo: En la organización las responsabilidades y funciones debe ser repartidas y específicas para cada sector, división o departamento. La separación de las labores a cada empleado o miembro del grupo de trabajo, garantiza el aprovechamiento de la energía en las tareas y la eficacia en el resultado final del trabajo.
- ✓ Autoridad: En las empresas u organizaciones debe existir una cadena de mando, por esta razón es necesario la presencia de la autoridad, quien tendrá la responsabilidad y el derecho de dar las órdenes.
- ✓ Disciplina: La cadena de mando debe ser respetada por todos los integrantes de una organización, por esto, todas las órdenes emanadas por las figuras de mayor autoridad deben ser acatadas y respetadas.
- ✓ Unidad de comando: Los integrantes de una empresa u organización deben tener un supervisor o jefe inmediato, éste será quien dé las órdenes de manera directa.

- ✓ Unidad de dirección: La administración de la organización como tal, debe responder a un plan de acción único, tomado por el administrador a cargo, y debe moverse como un todo en la misma dirección, sin contradicciones, desviaciones ni desorientación. Si todos los miembros persiguen el mismo objetivo general, se moverán de manera más rápida y eficiente en la misma. Esto se conoce como la unidad de dirección.
- ✓ El interés General debe ser superior al individual: Este principio es el más importante en lo que se refiere a formación de una unidad organizacional, sea cual sea su naturaleza, ya que todos sus integrantes deben anteponer los intereses de las empresas u organizaciones antes que los propios, de esta manera se evitaría consecuencias como la corrupción y su colapso total.
- ✓ Remuneración: Se refiere al derecho que tienen todos los individuos a recibir una justa retribución por su esfuerzo y trabajo, contribuyendo con el desarrollo y logro de los objetivos planteados en una organización. La remuneración debe ser de acuerdo a, el cargo que se ejerce y las actividades que se desempeñan, al igual que, se debe tomar en cuenta la experiencia, tiempo en la empresa y los conocimientos de dicho empleado
- ✓ Centralización: Se refiere al grado en que los subordinados pueden participar en la toma de decisiones. La centralización permite que la cadena de mando opere de una manera eficaz y sin burocracias, por lo tanto, se debe realizar de una manera óptima y adecuadas a las necesidades de la organización en cada situación que se presente.
- ✓ Jerarquía: es una línea de autoridad o cadena de mando. Además de eso, une a todos los miembros (gerentes y empleados) de arriba a abajo. Cada miembro debe saber quién es su superior, al igual, se debe tener claro quién es su subordinado. La jerarquía es fundamental para mantener una buena comunicación y no debe romperse.
- ✓ Ordenamiento: Este principio se refiere a que cada cosa y persona deben estar en el lugar que le corresponde. En el caso de las personas recibe el nombre de orden social y para las cosas se llama orden material. En las empresas u

organizaciones todo debe estar en un lugar adecuado y disponible para el momento que sea necesario.

- ✓ Equidad: Ésta es una mezcla de igualdad, justicia y bondad. Los gerentes deben utilizar este principio en el trato hacia sus empleados o subordinados.
- ✓ Estabilidad del personal: Los empleados para ser eficientes necesitan de tiempo, por esta razón, se les debe dar el tiempo para lograrlo. Cuando un empleado llega a ser eficaz en sus labores debe ser permanente y tener seguridad laboral.
- ✓ Iniciativa: En la administración se fomenta la iniciativa a los empleados de realizar sus propios planes y ponerlos en práctica, para el beneficio de la empresa. Esto origina satisfacción a los trabajadores y éxitos para la organización.
- ✓ Espíritu de cuerpo: Para tener un buen ambiente de trabajo, la conciencia del equipo debe ser cultivada y todos sus miembros deben ser considerados indispensables. El trabajo coordinado y entre ambas partes, siempre es más motivador que autoritario.

1.2.3 Planificación

Para (Calderon, 2017), la planificación es:

Es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

Según (Estela & Raffino., 2019), en su libro nos manifiesta que:

La planificación es el proceso y efecto de organizar con método y estructura los objetivos trazados en un tiempo y espacio. La planificación es una elaboración consciente y responsable de cualquier tipo de proyecto. En el ámbito de la investigación, construcción, administración y gestión, la planificación de un proyecto es un requisito fundamental para concretar dicho proyecto con éxito.

Según el autor Salazar (Salazar, 2015), define planificación como:

Un instrumento versátil, que permite a los líderes de cualquier organización administrar sus energías hacia la ubicación de la organización respecto a una visión de futuro, es decir se trata de una técnica que admite anticiparse lógicamente a los hechos en función de su naturaleza organizacional.

1.2.3.1 Características de la planificación

El autor (Uriarte, 2018), en su libro menciona que las principales características de la planificación son:

- ✓ Es un proceso permanente y continuo: no se agota en ningún plan de acción, sino que se realiza continuamente en la empresa.
- ✓ Está siempre orientada hacia el futuro: la planificación se halla ligada a la previsión.
- ✓ Busca la racionalidad en la toma de decisiones: al establecer esquemas para el futuro, la planificación funciona como un medio orientador del proceso decisorio, que le da mayor racionalidad y disminuye la incertidumbre inherente en cualquier toma de decisión.
- ✓ Busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas: la planificación constituye un curso de acción escogido entre varias alternativas de caminos potenciales.
- ✓ Es sistemática: la planificación debe tener en cuenta el sistema y subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad.
- ✓ Es repetitiva: incluye pasos o fases que se suceden. Es un proceso que forma parte de otro mayor: el proceso administrativo.
- ✓ 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.

- ✓ 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.
- ✓ 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.
- ✓ Es una técnica de coordinación e integración: permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previstos.
- ✓ 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.

1.2.3.2 Importancia de la planificación:

Para (Uriarte, 2018) nos manifiesta que:

En los momentos actuales, la mayor parte de las organizaciones reconocen la importancia de la planificación para su crecimiento y bienestar a largo plazo. Se ha demostrado que si los gerentes definen eficientemente la misión de su organización estarán en mejores condiciones de dar dirección y orientación a sus actividades. Las organizaciones funcionan mejor gracias a ello y se tornan más sensibles ante un ambiente de constante cambio.

Supone un marco temporal de tiempo más largo que otros tipos de planificación. Ayuda a orientar las energías y recursos hacia las características de alta prioridad.

Es una actividad de alto nivel en el sentido que la alta gerencia debe participar activamente ya que ella desde su punto de vista más amplio, tiene la visión necesaria para considerar todos los aspectos de la organización. Además, se requiere adhesión de la alta dirección para obtener y apoyar la aceptación en niveles más bajos.

Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos. Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina. Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito. Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas. Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades. Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación. Minimiza el trabajo no productivo y se obtiene una identificación constructiva de los problemas y las potencialidades de la empresa.

Por último, cabe destacar que la planificación es la primera función del proceso administrativo, por tanto, realizar una buena planificación conlleva a tener una buena organización, dirección y control de la empresa lo cual se traduce en una administración cien por ciento efectiva.

1.2.3.3 Ventajas de la planificación:

Para (Jimenez, 2016) existen muchas ventajas para la planificación que deben estimular a todos los gerentes en todos los niveles de cualquier organización. Entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- ✓ Requiere actividades con orden y propósito. Se enfocan todas las actividades hacia los resultados deseados y se logra una secuencia efectiva de los esfuerzos.
- ✓ Señala la necesidad de cambios futuros. La planificación ayuda al gerente a visualizar las futuras posibilidades y a evaluar los campos clave para posible una posible participación.
- ✓ Contesta a las preguntas "y que pasa si..." Tales preguntas permiten al que hace la planificación, a través de una complejidad de variables ver e intuir los posibles planes de contingencia.
- ✓ Proporciona una base para el control. Este se ejecuta para cerciorarse que la planificación está dando los resultados buscados.

- ✓ Estimula la realización. El hecho de poner los pensamientos en papel y formular un plan proporciona al que hace los planes la orientación y el impulso de realizar y lograr los objetivos.
- ✓ Obliga a la visualización del conjunto. Esta comprensión general es valiosa, pues capacita al gerente para ver las relaciones de importancia, obtiene un entendimiento más pleno de cada actividad y aprecia la base que apoya a las actividades administrativas.
- ✓ Aumenta y equilibra la utilización de las instalaciones. Se hace un mejor uso de lo que se dispone.
- ✓ Ayuda al gerente obtener status. La planificación adecuada ayuda al gerente a proporcionar una dirección confiada y agresiva.

1.2.3.4 Desventajas de la planificación:

Según (Salazar, 2015) Por otra parte, existen desventajas o limitaciones del uso de la planificación:

- ✓ Está limitada por la exactitud de la información y de los hechos futuros. La utilidad de un plan está afectada por la corrección de las premisas utilizadas como subsecuentes. Si las condiciones bajo las cuales fue formulado el plan cambian en forma significativa, puede perderse gran parte del valor del plan.
- ✓ Cuesta mucho. Algunos argumentan que el costo de la planificación excede a su contribución real. Creen que sería mejor gastar el dinero en ejecutar el trabajo físico que deba hacerse.
- ✓ Tiene barreras psicológicas. Una barrera usual es que las personas tienen más en cuenta el presente que el futuro.
- ✓ Ahoga la iniciativa. Algunos creen que la planificación obliga a los gerentes a una forma rígida de ejecutar su trabajo.

- ✓ Demora las acciones. Las emergencias y apariciones súbitas de situaciones desusadas demandan decisiones al momento. No puede dejar pasar el tiempo valioso reflexionando sobre la situación y diseñando un plan.
- ✓ Es exagerada por los planificadores. Algunos críticos afirman que quienes hacen la planificación tienden a exagerar su contribución.
- ✓ Tiene limitado valor práctico. Algunos afirman que la planificación no solo es demasiada teórica.

1.2.3.5 Tipos de planificación

Según (Estela & Raffino., 2019) La planificación puede ser:

- ✓ Permanente o temporal, de corto, mediano o largo plazo.
- ✓ Estratégica, táctica, normativa u operativa.
- ✓ Puede perseguir un propósito o misión de carácter general, sectorizado (por cada grupo o sector influenciado) o múltiple (varios propósitos, interrelacionados)

1.2.3.6 Técnicas de planificación

Para (Martinez, 2015) las principales técnicas de la planificación son:

- ✓ Políticas. Persiguen fines de planificación actual y futuro, aplicables a todos los intervinientes de manera sectorial.
- ✓ Estrategias. No son para su ejecución instantánea, sino a largo plazo.
- ✓ Reglas. No son flexibles y se aplican a todos los sectores.
- ✓ Programas. Incluyen reglas y estrategias para su aplicación constante.

1.2.4 Planificación estratégica

El autor (Fred, 2016), manifiesta que:

La planificación estratégica es la herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto.

Según (Candelas, 2014) define a la planificación estratégica como:

La planificación estratégica es la herramienta que utiliza la empresa para el diagnóstico, el análisis, la reflexión y la toma de decisiones, sobre sus objetivos y el enfoque de sus actividades futuras, para adaptarse a los cambios y las demandas del entorno de acuerdo con su razón de ser.

Según (Puente, 2017), nos manifiesta que la planificación estratégica es:

Planificar es un proceso constante que involucra una serie de elementos a considerar, tales como: el tiempo disponible, los recursos, los propios intereses, los macro objetivos o grandes metas en cada semestre y en la carrera en sí. Cumplir con estos objetivos y tareas dentro de los plazos asignados puede llegar a ser uno de los más grandes desafíos durante los estudios de pregrado, y en general en todo ámbito que implique rendir y producir.

Podemos mencionar que la planificación estratégica es un proceso sistémico en el que se permite el desarrollo y ejecución de planes con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

1.2.4.1 Características de la planificación estratégica

Según el autor (Hernandez, 2014), en su entrevista nos dice que:

- ✓ Las decisiones de los planes y estrategias se tienen que discutir y deliberar para que respondan a un proceso participativo y sistemático con un método diseñado de antemano.

- ✓ Los planes estratégicos descansan en sistemas de comunicación, tanto verticales entre los distintos niveles que componen la estructura organizativa de la empresa, como horizontales o por enlaces laterales por medio de un sistema de información integrador de la empresa con el entorno en el que le rodea.
- ✓ Los planes y estrategias han de ser formulados para cumplir con unas metas, objetivos y misiones de la organización y no ser diseñados para cumplir intereses individuales.
- ✓ Tanto los planes como su formulación han de ser adecuados en el tiempo, flexibles y creativos según el sistema propuesto como una respuesta a las demandas que tiene el entorno.

1.2.4.2 Importancia de la planificación estratégica

Según (Uriarte, 2018), en su libro nos dice que:

La importancia de realizar una planificación estratégica en las empresas, es que les ayuda a crecer y mejorar su competitividad, estar a la vanguardia de los nuevos hechos; así como, mejorar e innovar de manera recurrente y puntual al igual que sus cooperantes para mantenerse y crecer en estos tiempos de globalización y avances tecnológicos, lo cual exige un alto grado de preparación, destreza y anticipación a las necesidades sociales y de la misma organización.

1.2.4.3 Ventajas

En su revista (Acosta, 2017) nos manifiesta que:

- ✓ Reduce la incertidumbre y minimiza los riesgos: permite que la incertidumbre descienda al igual que los riesgos, al analizar la situación actual, los posibles sucesos futuros, proponer objetivos y trazar cursos de acción.
- ✓ Genera compromiso y motivación: genera la identificación de los miembros de la empresa con los objetivos y, por tanto, los motiva en su consecución.

- ✓ Sirve a toda la empresa: Sirve como base para las demás funciones administrativas (organización, coordinación y control), para organizar recursos, coordinar tareas o actividades, y para controlar y evaluar resultados (al permitir comparar los resultados obtenidos con los planificados).
- ✓ Es factible: Antes de ser realizada, considera los recursos y la verdadera capacidad de la empresa, y no propone objetivos o estrategias que estén fuera del alcance de las posibilidades de la empresa.
- ✓ Es flexible: No debe estar escrita en piedra, esto significa que debe ser lo suficientemente flexible como para permitir cambios o correcciones cuando sean necesarios, por ejemplo, cuando sea necesario adaptarla a los cambios repentinos del mercado.
- ✓ Es permanente: es un proceso continuo, una vez cumplido los objetivos, los directivos deben proponer nuevas metas.

1.2.4.4 Desventajas

En su revista (Acosta, 2017), nos manifiesta que:

- ✓ Dificultades de aplicación: La planificación estratégica incluye varios tipos de procesos continuos que verifican todos los principales componentes críticos de una empresa. Al ser un proceso complejo, requiere mucha paciencia, disciplina y persistencia. Y eso, para algunos, puede ser una gran desventaja.
- ✓ Proceso que requiere mucho tiempo: La implementación de la planificación estratégica no es un proceso de la noche a la mañana. Es necesario que el equipo directivo de la empresa tarde mucho tiempo en conseguir que los nuevos procesos sean correctos. Por ser un proceso largo, sopesando entre las ventajas y desventajas de la planificación estratégica, las empresas inmediatas terminan precipitándose. Este tipo de pensamiento termina dejando de lado la estrategia, lo que puede perjudicar mucho más al negocio en un futuro próximo.

- ✓ Alto costo para las pequeñas y medianas empresas: Un buen plan estratégico puede ser costoso para las pequeñas y medianas empresas o para las que están empezando ahora. Esto se debe a que se necesitan esfuerzos adicionales, por ejemplo, para analizar los ambientes interiores y exteriores. Además, se necesitan algunas herramientas específicas para implementar la planificación estratégica en consecuencia, así como la posible contratación de personal competente.

1.2.4.5 Propósito

En su revista (Acosta, 2017), nos dice que:

- ✓ Minimizar el riesgo: la planeación protege a la organización, reduciendo significativamente la incertidumbre en torno a los negocios en que se desenvuelve la misma, y clarificando las posibles consecuencias de las posibles acciones administrativas. Es preciso destacar que este propósito se cumplirá en mayor medida, cuanto mayor sea la calidad de la información que sobre el propio sistema y el ámbito del negocio, se tome como referencia de partida para el proceso de planeación. En tal sentido, la organización deberá disponer de un sistema de inteligencia empresarial que le proporcione información abundante y fidedigna sobre los clientes, los competidores, los proveedores y su propia capacidad de negocio en el futuro mediato e inmediato.
- ✓ Garantizar el desarrollo de la organización: la planeación no solo se propone garantizar el éxito de la organización en un periodo determinado, sino que uno de sus propósitos esenciales es lograr el permanente crecimiento de la gestión. Si se entiende por éxito, la inserción de la organización en su contexto con ventajas competitivas, incrementando su zona de impacto en este, se entenderá claramente que el ejercicio eficaz de la planeación ha de conducir necesariamente a que los niveles de la gestión sean superiores – tanto cuantitativa como cualitativamente – en cada nuevo ciclo.
- ✓ Lograr una coordinación eficaz: el ejercicio adecuado de la planificación, sienta las bases para la coordinación de los esfuerzos de todos los miembros de la organización para alcanzar los niveles deseados de eficiencia empresarial. Este

propósito de la planeación se alcanzará en mayor medida, cuando los trabajadores participen activamente en la fijación de las metas organizacionales, ya que desde la propia concepción del plan se estará logrando la acción coordinada de todos los implicados en su puesta en marcha. Cuando el plan se concibe mediante el uso de la inteligencia colectiva y el compromiso emocional de los participantes, el mecanismo de ajuste mutuo, actúa como garante de una coordinación más efectiva.

1.2.4.6 Etapas de la planificación

En su libro (Acosta, 2017), nos muestra que:

- ✓ Análisis situacional. Antes de empezar, necesitas conocer tu situación actual con relación al mercado, la competencia y el funcionamiento interno. Se recomienda usar una evaluación DOFA o SWOT para determinar hacia dónde va el negocio, los recursos disponibles, los posibles retos y quiénes son tus posibles competidores.
- ✓ Definir objetivos. La investigación previa debe servir para establecer las metas a largo plazo (5 a 10 años). Los objetivos pueden ser varios, pero deben estar orientados en relación a la cultura organizacional, misión, visión y valores de la empresa. Además de formular la estrategia, incluyendo informes, tácticas y planes de respaldo, es fundamental comunicarla los involucrados.
- ✓ Establecer acciones concretas. Hablamos de las tácticas que componen al plan estratégico general para lograr su ejecución. Esto implica seleccionar líderes, asignar tareas, establecer recursos disponibles, definir plazos, orientar la gestión y comunicar debidamente las situaciones o dificultades a enfrentar durante esta etapa.
- ✓ Iniciar la ejecución. Una vez definidas las tácticas, se pasa a su implementación práctica. En esta fase son comunes las inconsistencias entre lo planificado y el resultado real. Además de poner a prueba las decisiones tomadas, los consultores

de empresas enfatizan el uso adecuado de recursos y la participación decidida de todo el personal.

- ✓ Realizar el informe. Al igual que una certificación de calidad, el registro de los procesos resulta crítico para el análisis posterior. La idea es crear protocolos replicables que se ajusten a determinados escenarios factibles a mediano plazo. Si bien la dinámica de una compañía es muy cambiante, estos reportes detallados pueden brindar una mayor consistencia operativa.

- ✓ Monitorear y ajustar. La planificación estratégica debe regirse por una vigilancia constante durante cada etapa. Esta especie de auditoría sirve para corregir las desviaciones, entender los objetivos inconclusos y el cumplimiento de los costos. Dada su importancia, este proceso está destinado a establecer las pautas de eficiencia operativa y financiera que se ajustan a lo que quieres lograr como empresa.

1.2.5 Estrategia

Según (Abascal, 2016) se refiere a la estrategia como:

Un marco para tomar decisiones sobre cómo jugará el juego de los negocios. Estas decisiones, que ocurren diariamente en toda la organización, incluyen todo, desde inversiones de capital hasta prioridades operativas, desde marketing hasta contrataciones, enfoques de ventas, esfuerzos de marca y cómo cada individuo baraja su lista de tareas pendientes cada mañana.

El autor (Sun Tzu 2016), propone a la estrategia como:

La palabra estrategia proviene del griego *stratēgia*, compuesto por *stratós* (“ejército”) y *ago* (“dirigir”). Es decir que desde su origen mismo contiene un significado vinculado con la planeación, la táctica, la toma de ventajas sobre el adversario.

Para (Maroto, 2015) menciona a la estrategia como:

Es la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas.

Se puede definir a una estrategia como el propósito primordial de una forma para afirmar su continuidad en los clientes y el ambiente variable que se halla, ajustando recursos y habilidades para investigar nuevas oportunidades minimizando los riesgos en función de los objetivos diseños. Generando ventajas competitivas sobre las demás organizaciones.

1.2.6 Fases del proceso estratégico

Según el autor (Hernandez, 2014), en su entrevista nos dice que:

Un proceso estratégico se basa en tres fases importantes las cuales se subdividen en doce pasos, que gestionan sistematizar y establecer el desempeño de la empresa para conseguir ciertas ventajas competitivas. Estas son:

- ✓ Formulación de estrategias.
- ✓ Ejecución e implementación.
- ✓ Evaluación de las estrategias.

1.2.6.1 Formulación de las estrategias

Es el proceso originario donde transporta a la fijación de la misión de la empresa se fundamenta en almacenar toda la información y estudiarla con los elementos internos y externos que intermedian en el proceso estratégico. El procedimiento más manejado es el análisis FODA que nos ayude a identificar: las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas constituyendo una correlación entre cada uno de ellos para establecer los objetivos y las estrategias procedentes para la empresa. Quiere decir que fundamenta en una fijación de la misión, objetivos y las estrategias corporativas.

1.2.6.2 Ejecución e implementación de las estrategias

Inmediatamente culminando la etapa inicial, continua la parte donde se reúne a todos los directivos y empleados de la organización con el fin de poner en práctica las estrategias formuladas.

Para tolerar las dificultades que nacen a la hora de poner en marcha una estrategia, se plantea realizar lo siguiente:

- ✓ Investigación de la variedad de orientaciones que los dirigentes pueden emplear a estas ocupaciones.
- ✓ La definición de ocupaciones claves y ejecución de las mismas.
- ✓ Estudio e identificación de las habilidades que son necesarias para elaborar adecuadamente una estrategia.

1.2.6.3 Evaluación de estrategias

Esta es la última fase y se ejecuta una valoración de los efectos del plan: como parte preliminar se somete a la construcción de nuevo diagnóstico de los elementos internos y externos del ambiente, luego se comprueba el proceso derivado con el proceso planeado y para finiquitar se efectúan las correcciones necesarias.

1.2.7 FODA

Para (Espinoza, 2014) EL FODA ES:

Es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc... Esta técnica permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras:

- ✓ Fortalezas
- ✓ Oportunidades
- ✓ Debilidades
- ✓ Amenazas

1.2.7.1 *Importancia del FODA*

Para (Espinoza, 2014) El FODA es importante porque:

Este análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compite. El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en las diferentes funciones o departamentos (unidades de análisis) tales como producto, mercado, empresa, fabricación, divisiones, sucursales, distribución, administración, finanzas y otros. Con este análisis, los empresarios pueden obtener muchas conclusiones de una gran utilidad para estar al tanto de la situación de su propia institución y del mercado en el que ésta se desenvuelve, lo que mejorará la competitividad de las estrategias de mercadeo y ventas que se diseñen. El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar los aspectos favorables y desfavorables, comparándolos de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

1.2.7.2 *Áreas de acción del FODA*

Para (Espinoza, 2014) EL FODA consta de dos partes una interna y otra externa:

1.2.7.2.1 Parte Interna:

Tiene que ver con las Fortalezas y las Debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales el empresario tiene o debe tener algún grado de control.

Se las relaciona con:

- ✓ Financiación
- ✓ Marketing
- ✓ Producción
- ✓ Organización
- ✓ Dirección
- ✓ Entre otros

FORTALEZAS: Están constituidas por los aspectos o elementos en los cuales la empresa, las marcas o los componentes de la oferta de productos o servicios muestran una superioridad, con relación al resto de los competidores del sector.

DEBILIDADES: Estos elementos son los que la empresa, por la razón que sea, no ha podido manejar o resolver de mejor manera que su competencia principal y en los cuales, por tanto, presenta una clara situación de inferioridad. A menudo, la existencia de una debilidad determinada no es del todo imputable al empresario o su personal, ya que la misma puede ser generada como consecuencia de la propia naturaleza del sector. Por ejemplo, una capacidad financiera pequeña (comparada con otras empresas más grandes) no es un factor que debe achacársele a los propietarios de la institución. Simplemente es una Debilidad y hay que hacer algo con ella

1.2.7.2.2 Parte externa

Esta parte se refiere a las Oportunidades que ofrece el mercado y las Amenazas que la empresa o institución debe enfrentar para permanecer compitiendo en el sector. Aquí el

empresario tendrá que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales por lo general se tiene poco o ningún control directo.

Está relacionado con:

- ✓ Nuevas conductas de clientes
- ✓ Competencia
- ✓ Cambios del mercado
- ✓ Tecnología
- ✓ Economía
- ✓ Entre otras

OPORTUNIDADES: se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos rendimientos.

AMENAZAS: están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño.

1.2.8 Misión

Según (Armstrong, 2017) define a la misión como:

Una referencia al motivo o la razón de la existencia de la empresa, se relaciona con el momento presente en el que se desempeña la organización, indica que es lo que la empresa realiza en un momento determinado.

Para el autor (Puente, 2017), la misión es:

Es el propósito, razón de ser y fin de una organización, define lo que pretende cumplir en un entorno específico. Es lo que la empresa hace en el presente y la manera como atiende a diferentes grupos de interés, tales como accionistas, colaboradores, consumidores, comunidad y gobierno, entre otros.

1.2.8.1 Características de la misión

Para el autor (Puente, 2017), la misión debe ser:

- ✓ Corta y precisa: La declaración de misión debe ser sencilla y fácil de comprender, para que todo el mundo la entienda.
- ✓ Inspiradora: Debe motivar a todos los que forman parte de la empresa a buscar alcanzar las metas propuestas.
- ✓ Debe ser original: Debe hablar de la empresa, que hace la empresa y que es lo que la hace diferente.
- ✓ Se dirige el mercado: Indica que es lo que la empresa realiza en el mercado y como se agrega valor al cliente.

1.2.9 Visión

Según (Mintzberg, 2016), manifiesta que:

Es el camino al cual se dirige la empresa a mediano plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento, diversificación y competitividad, atendiendo a los diferentes grupos de interés que gravitan alrededor de la organización.

El autor (Quigley, 2017), afirma que:

La visión es una guía hacia dónde se dirige la empresa, responde a la pregunta ¿Qué será de la empresa en el futuro? ¿A dónde quiere llegar la organización? Describe lo que se está construyendo y por lo que en un periodo de tiempo quiere ser reconocida o referente.

1.2.9.1 Características de la visión

Según (Mintzberg, 2016), manifiesta que la visión debe:

- ✓ Proyectarse al futuro: Se debe proyectar en el corto, mediano y en el largo plazo.
- ✓ Clara y realista: Todos deben entenderla y se debe poder alcanzar.

- ✓ Inspiradora y consecuente: Expresa el sueño de cómo la empresa quiere ser, pero manteniendo la relación con la misión de la empresa

1.2.10 Objetivos

Según (Abascal, 2016) los objetivos son:

Son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos y capacidades con los que dispone o planea disponer.

El autor (Maroto, 2015) nos manifiesta que:

Los objetivos son aquellos desenlaces finales que se anhelan obtener, dentro de una empresa, organización o proyecto, a través de la realización de determinadas actividades.

1.2.10.1 Características de los objetivos

El autor (Maroto, 2015) nos dice que los objetivos deben ser:

- ✓ Medibles: se tienen que poder establecer parámetros de medida que estarán ligados a un periodo de tiempo.
- ✓ Claros: no deben prestarse a confusiones ni a márgenes de interpretación demasiado amplios.
- ✓ Alcanzables: deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta su capacidad y recursos.
- ✓ Desafiantes: significan un reto. Por ello deben ser ambiciosos, pero no excesivamente.
- ✓ Coherentes: sobre todo con la visión y la cultura de la empresa.

1.2.11 Valores organizacionales

Según (Mintzberg, 2016), manifiesta que:

Son las creencias y conceptos básicos de una organización, forman la médula de su cultura. Son las concepciones compartidas de lo que es importante y por lo tanto deseable,

que al ser aceptadas por los miembros de una organización influyen en su comportamiento y orientan sus decisiones.

El autor (Armstrong, 2017) nos dice que:

representan las creencias y los principios que rigen a una empresa, lo que permite orientar las pautas de acción y la conducta de las personas que trabajan dentro de la organización. Representan los principios éticos que sustentan el accionar de la empresa.

1.2.11.1 Características de los valores organizacionales

El autor (Armstrong, 2017) nos manifiesta las siguientes características:

- ✓ Convincentes: Deben ser principios que representen lo que verdaderamente cree la empresa y con ellos manifiesta su nivel de compromiso.
- ✓ Coherentes: Ser congruentes con los valores de los empresarios y con los valores de los socios del negocio.
- ✓ Ser aceptados y cumplidos: Implica que deben ser aceptados y respetados por todos los involucrados.

1.2.12 Metas

Según (Mintzberg, 2016), plantea que:

Es un resultado que se quiere alcanzar, un punto final deseado por una persona o una organización, al cual se llega paso por paso, fijando plazos, es decir implica pautar o establecer objetivos específicos, alcanzables y limitados por el tiempo.

Para (Quigley, 2017), manifiesta que:

Las metas dirigen las acciones y le proporcionan un objetivo. Adicionalmente, sirven para medir el éxito de su empresa.

1.2.12.1 Características de las metas

Según (Mintzberg, 2016) las características son:

- ✓ Son deseos acerca del futuro, representan las aspiraciones en relación a él.

- ✓ Se plantean emotivamente, con ansias y deseos de alcanzarlas, en general no son muy realistas y suponen un gran esfuerzo para alcanzarlas por lo que además ameritan un tiempo mayor para ello.

1.3 Idea a defender

La planificación estratégica permitirá incrementar la eficiencia de la gestión administrativa y la toma correcta de decisiones en la empresa Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022- 2026

CAPITULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque investigativo

El trabajo de titulación denominado: Planificación Estratégica para la Empresa Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí para el periodo 2022- 2026 se orientó para la modalidad cualitativa y cuantitativa.

- **Modalidad cualitativa**

Para (Behar, 2008) esta modalidad tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Se observó eventos frecuentes y actividades diarias que se desarrollan con normalidad dentro de la empresa Loogika S.A. en el área administrativa, lo que permite concretar los métodos de recolección sin cálculo numérica para crear las posibles soluciones a la problemática presentada.

- **Modalidad cuantitativa**

Para (Behar, 2008), esta modalidad es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

En investigación cuantitativa se permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.

Esta modalidad permitió examinar los datos, y demás información de la empresa Loogika S.A. además de recoger, analizar y procesar la información en la organización como en su entorno para que el proceso tenga información fiable con el objetivo de orientar las nuevas estrategias, decisiones, metas y objetivos que se plantean que vendrán establecidas en el tema de estudio a desarrollar.

2.2 Nivel investigativo

En el desarrollo de este trabajo de investigación se aplicó:

Según (Behar, 2008), La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. Por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir. Por ejemplo, mediante medidas de posición o dispersión.

Se utilizó para describir de manera más minuciosa la problemática que hallamos en el planteamiento del problema, conociendo las situaciones predominantes dentro de la empresa, a través de la descripción precisa de las actividades, procesos, objetivos y personal de la organización que se desarrolla en el capítulo tres en el análisis de los resultados de la investigación del presente trabajo.

2.3 Diseño investigativo

La presente investigación adoptara un diseño:

- **No experimental:**

Según (Behar, 2008), es el tipo de investigación que carece de una variable independiente. En cambio, el investigador observa el contexto en el que se desarrolla el fenómeno y lo analiza para obtener información. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

Se utilizará este diseño debido a que se examinará las variables en el transcurso de la realización de los procesos de la empresa Loogika S.A. sin manipulación solo se realizará una observación, explicando los factores que trae consigo la presente investigación.

2.4 Tipo de estudio

- **Investigación documental**

El autor (Behar, 2008), nos dice que es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información.

Se realizó a través de la consulta de libros, documentos, artículos científicos, revistas, periódicos, sitios web, leyes, otros trabajos de investigación y más de la normativa vigente utilizando técnicas adecuadas que ayudaron de manera directa e indirecta para la construcción del presente trabajo de investigación.

- **Investigación de campo**

El autor (Behar, 2008) la investigación de campo es el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables. Por esta razón, su característica esencial es que se lleva a cabo fuera del laboratorio, en el lugar de ocurrencia del fenómeno.

Permitió una compilación de información más segura a través de instrumentos, técnicas y métodos de investigación para poder tomar contacto de manera directa con la realidad de la empresa Loogika S.A. en donde nace el problema de estudio, también se ejecutará una entrevista y una encuesta a todas las personas que forman parte del entorno de la organización.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

El autor (Behar, 2008), nos dice que hace referencia habitualmente al conjunto de seres humanos que hacen vida en un determinado espacio geográfico o territorio. Es decir, suele referirse a la población humana.

Para el presente trabajo de investigación se toma como referencia a los empleados de la empresa Loogika S.A., además también se tomará en cuenta a los clientes de la misma. Por lo tanto, se calcula el tamaño de la muestra para establecer el número de encuestas que se debe aplicar.

Tabla 1-2: Población

POBLACIÓN	
Clientes	300

Empleados	17
Total:	317

Fuente: Empresa Loogika S.A.

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

2.5.2 Muestra

El autor (Behar, 2008), Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. Es una representación significativa de las características de una población, con un margen de error generalmente del 5%.

Para el cálculo de la muestra adjunto la población involucrada en el presente trabajo investigativo los cuales son 300 clientes en la institución, se utilizará la fórmula del tamaño de la muestra finita debido a que se conoce la población a investigar.

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

Donde:

n= Tamaño necesario de la muestra a definir

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la muestra

e= Error de estimación

Aplicación de la fórmula:

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

$$n = \frac{1.96^2 * 300 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (300 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 169$$

A partir del proceso estadístico aplicado la muestra a ser aplicada será de 169 personas con un nivel de confianza del 95% y riesgo del 5%.

2.6 Métodos técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos

- Método deductivo

Según (Behar, 2008), Se referirse a una forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. Es, dicho de otra forma, un modo de pensamiento que va de lo más general (como leyes y principios) a lo más específico (hechos concretos).

Se aplicó para la recolección de la información referente a la investigación en desarrollo y mediante la aplicación de la encuesta al personal que forma parte del entorno.

Método inductivo

Según (Behar, 2008) el método inductivo es aquel procedimiento de investigación que pone en práctica el pensamiento u razonamiento inductivo. Este último se caracteriza por ser ampliativo, o sea, generalizador, ya que parte de premisas cuya verdad apoya la conclusión, pero no la garantiza.

Se aplicó en el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de titulación, las cuáles son el sustento y producto de la investigación.

2.6.2 Técnicas

- Observación

Según (Behar, 2008) esta técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma

cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas.

Esta herramienta se aplicará para recolección de datos e información puesto que se conseguirá atraer la realidad de la empresa, mediante la observación directa, observando los procedimientos que el personal realiza dentro de la misma.

- **Encuesta**

Según (Behar, 2008) la encuesta es La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos.

Se utilizará para recabar información de manera verbal, a través de preguntas estructuradas realizadas en línea.

- **Entrevista**

Según (Behar, 2008) la entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada.

Se utilizará para recopilar información además es fácil de aplicar, y brindara información de cualquier universo en corto tiempo, se aplicó al Ing. Christian Fernando Sasig Suntasig mediante teléfono celular.

2.6.3 Instrumentos

Según (Behar, 2008), mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información: formularios, pruebas, test, escalas de opinión y listas de chequeo.

Para llevar a cabo esta investigación se aplicó:

- Cuestionario de entrevista
- Cuestionario de encuestas
- Tecnología
- Internet

2.7 Análisis e interpretación de resultados

Una vez aplicadas las encuestas tanto a los clientes como al personal administrativo y operativo, y realizada la entrevista a la gerente de la empresa, se procederá a elaborar el análisis e interpretación de resultados obtenidos.

2.7.1 Resultados Cuantitativos

2.7.1.1 Encuesta empleados

Pregunta 1.- ¿La empresa Loogika S.A. cuenta con una planificación estratégica?

Tabla 2-2: Planificación estratégica

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	17	100%
Total	17	100%

Fuente: Encuestas online



Gráfico 1-2: Planificación estratégica
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.1 se determinó que los empleados de la empresa no conocen sobre la existencia de una planificación estratégica en un 100% equivalente a 17 empleados.

Interpretación: Se pudo determinar que 17 empleados de la organización desconocen de la existencia de una planificación estratégica, debido a que la empresa trabaja día a día de forma empírica sin tener definido objetivos ni metas claras mismas que afectan al desarrollo de la organización.

Pregunta 2. ¿Usted considera que una planificación estratégica mejoraría el servicio que ofrece la empresa?

Tabla 3-2: Mejorar el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	100%
No	0	0%
Total	17	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

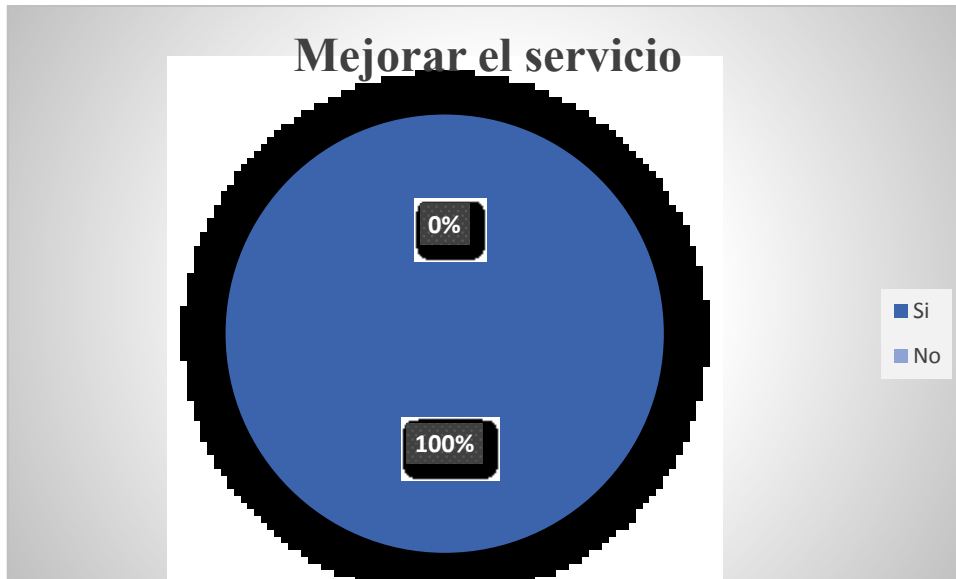


Gráfico 2-2: Mejorar el servicio
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.2 se determinó que el 100% equivalente a 17 empleados de la empresa consideran que se debería mejorar el servicio de la empresa.

Interpretación: Se evidencia que, dentro de la empresa, se debería mejorar el servicio que ofrece la empresa a sus clientes ya que existirían mejores procesos, lineamientos, valores y políticas métodos y técnicas que faciliten la elaboración de una correcta planificación.

Pregunta 3: ¿Cree usted que es necesario la creación de una filosofía empresarial, Misión y Visión que contribuya al desarrollo de la empresa ?

Tabla 4-2: Misión y visión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	82%
No	3	18%
Total	17	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

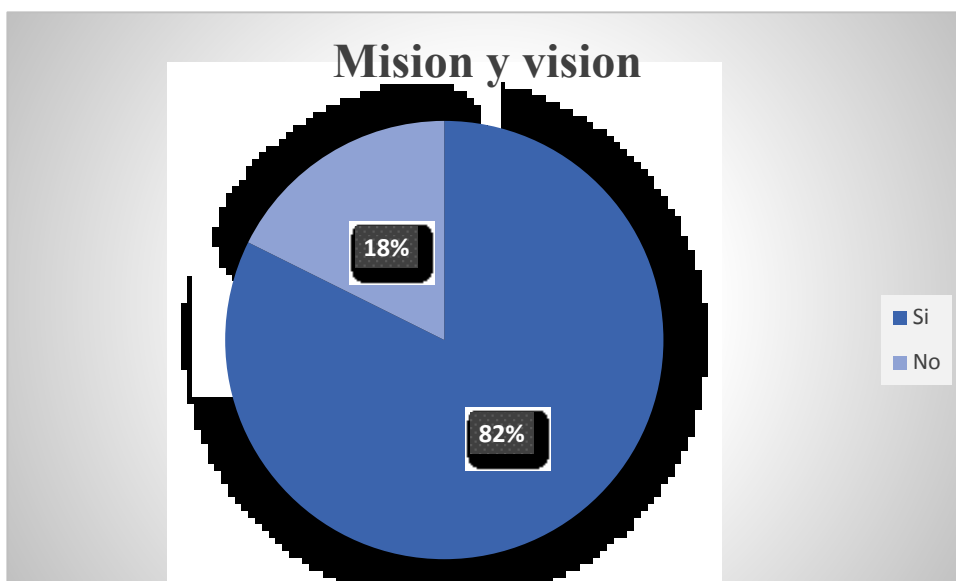


Gráfico 3-2: Misión y visión
Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.3 se determinó que el 82% equivalente a 14 empleados consideran que la misión visión y objetivos de la empresa son necesarios, mientras que un 18% equivalente a 3 empleados consideran lo contrario.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos en la encuesta manifestó que es importante la creación de una filosofía empresarial, misión, visión que ayuden a ser guía para los empleados y ayuden a un mejor desarrollo y desempeño laboral de la empresa.

Pregunta 4.- ¿Usted cree que el no disponer de una planificación estratégica afecta el desarrollo de la empresa?

Tabla 5-2: Desarrollo de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	71%
No	5	29%
Total:	17	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

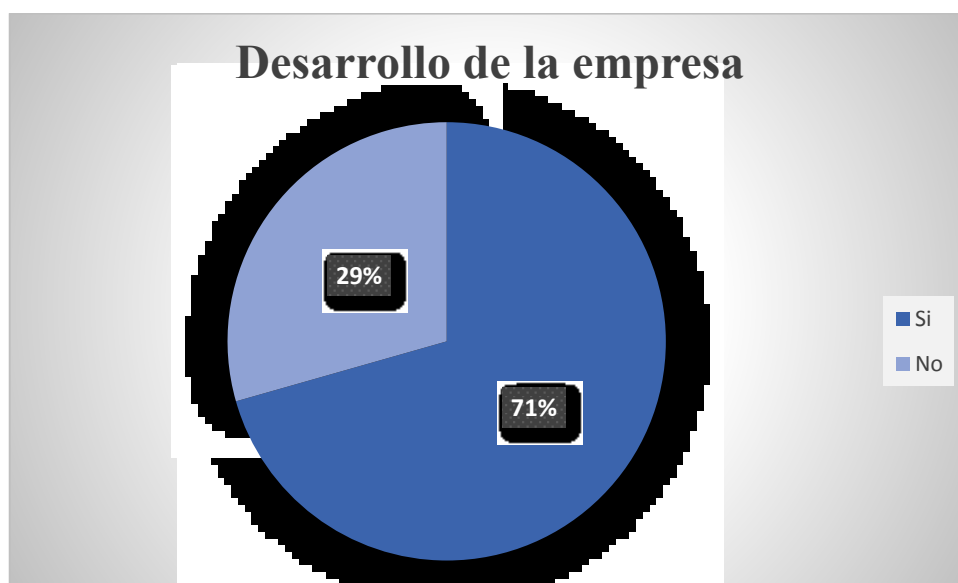


Gráfico 4-2: Desarrollo de la empresa
 Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N. 4 se determinó que el 29% equivalente a 5 empleados no apoyan la creación de una planificación estratégica, mientras que un 71% equivalente a 12 empleados no están de acuerdo con la creación de una planificación estratégica.

Interpretación: Las encuestas reflejan que un porcentaje alto opina que el no disponer de una planificación estratégica bien definida afecta la administración, desarrollo y el funcionamiento de la empresa, mientras que un mínimo porcentaje piensa que no afecta en la toma decisiones y en el desarrollo de la empresa.

Pregunta 5.- ¿Se ha realizado un control sobre la gestión administrativa y operativa de la empresa?

Tabla 6-2: Gestión administrativa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	12%
No	15	88%
Total:	17	100%

Fuente: Encuestas online

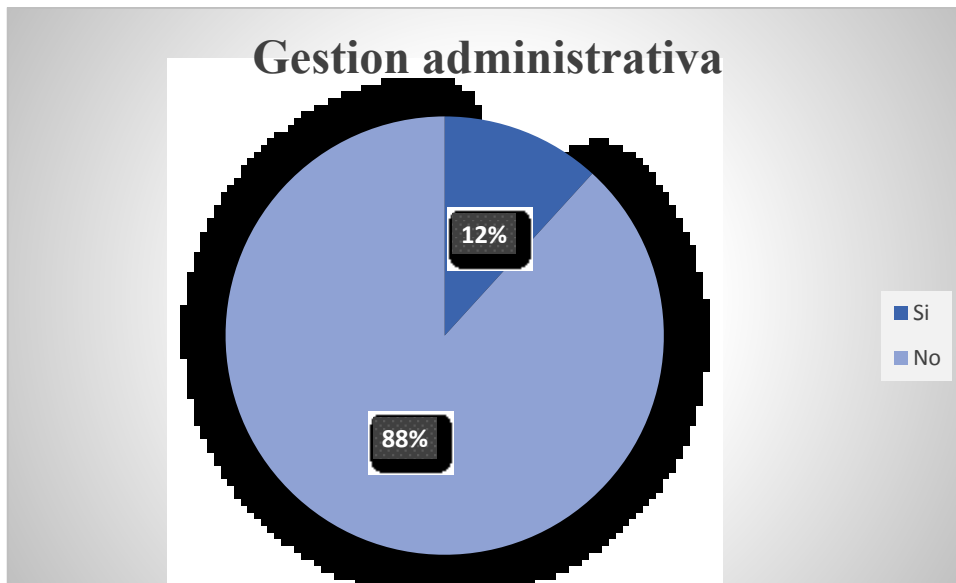


Gráfico 5-2: Gestión Administrativa
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.5 se determinó que el 12% equivalente a 2 empleados afirma que no se ha hecho un control de la gestión administrativa, mientras que un 88% equivalente a 15 empleados afirman lo contrario.

Interpretación: De acuerdo a los encuestados se evidenció que no se realiza un diagnóstico y control a la gestión administrativa y operativa de la empresa, esto se deriva a que el dueño de la empresa no se preocupa en aplicar procesos administrativos de una manera correcta, y se maneja de manera empírica el control.

Pregunta 6.- ¿Considera usted importante y necesario que la empresa Loogika S.A. implemente un plan estratégico institucional?

Tabla 7-2: Plan estratégico institucional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	100%
No	0	0
Total:	17	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021



Gráfico 6-2: Plan estratégico institucional
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.6 se determinó que el 100% equivalente a 17 empleados consideran que es necesario la creación de un plan estratégico institucional.

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta realizada, los empleados manifiestan que es importante la implementación de un plan estratégico institucional en la empresa, ya que se considera que la empresa tiene un gran potencial y solo hace falta definir un camino claro de una forma alineada de acuerdo a las expectativas de todos sus colaboradores.

Pregunta 7.- ¿Usted considera que la empresa tiene problemas administrativos?

Tabla 8-2: Problemas administrativos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de planeación	6	35%
Falta de compromiso	2	12%
Mala atención a los clientes	3	18%
Falta de control	1	6%
Otros	5	29%

Total:	17	100%
---------------	----	------

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

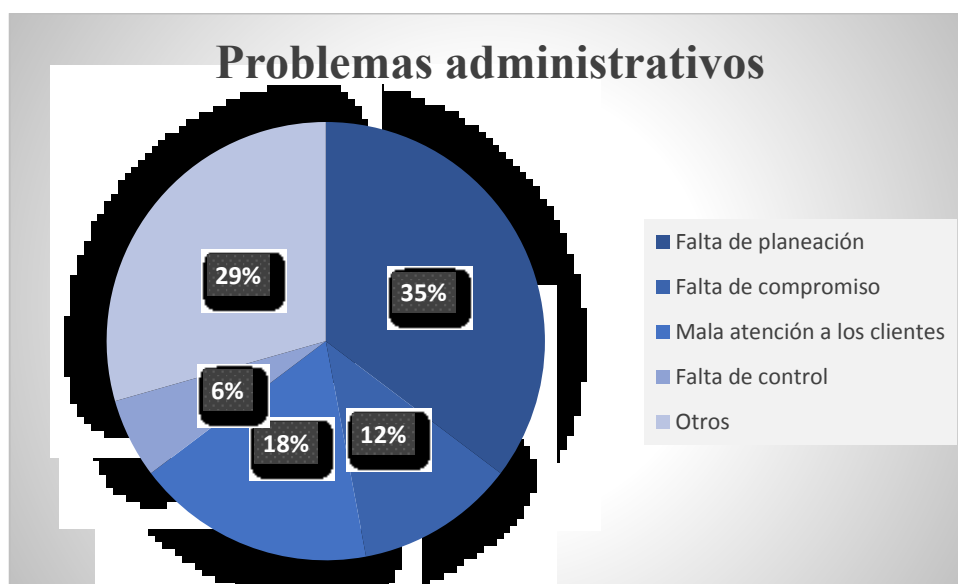


Gráfico 7-2: Problemas administrativos
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.7 se determinó que el 100% equivalente a 17 empleados aseguran que la empresa cuenta con diversos problemas administrativos dentro de la empresa.

Interpretación: Se puede determinar que, de acuerdo a la encuesta aplicada, los empleados encuestados identificaron que la empresa presenta diferentes problemas administrativos dentro de la misma, dando como resultado que el problema más relevante es la falta de planeación y la mala atención a los clientes, son dos puntos que se deben tomar en cuenta en las nuevas metas planteadas.

Pregunta 8.- ¿La empresa posee organigrama funcional establecido?

Tabla 9-2: Organigrama funcional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	17	100%
Total:	17	100%

Fuente: Encuestas online
 Elaborado por: Willian Sasig, 2021

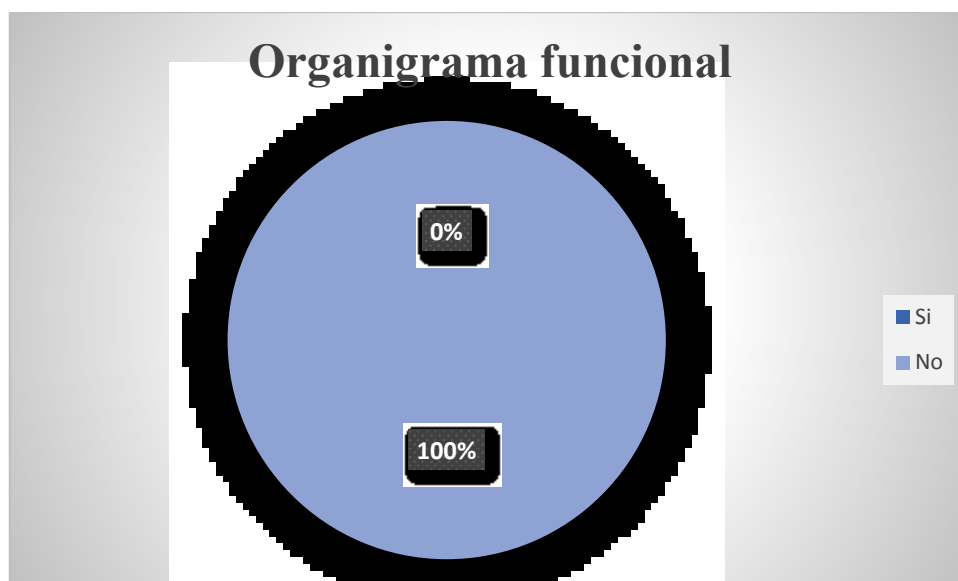


Gráfico 8-2: Organigrama funcional
 Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.8 se determinó que el 100% equivalente a 17 empleados asegura que no existe un organigrama funcional dentro de la empresa.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada los empleados indican que la empresa no cuenta con un organigrama funcional establecido, los empleados cumplen con funciones de acuerdo a las indicaciones del gerente, de una forma empírica, ya que no existe las funciones que este tiene que cumplir de acuerdo a el área de trabajo en el que se esté desempeñando.

Pregunta 9.- ¿Cómo calificaría usted la gestión administrativa de la empresa Loogika S.A.?

Tabla 10-2: Calificación de la gestión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Bueno	12	71%
Malo	4	23%
Deficiente	1	6%

Total:	17	100%
---------------	----	------

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

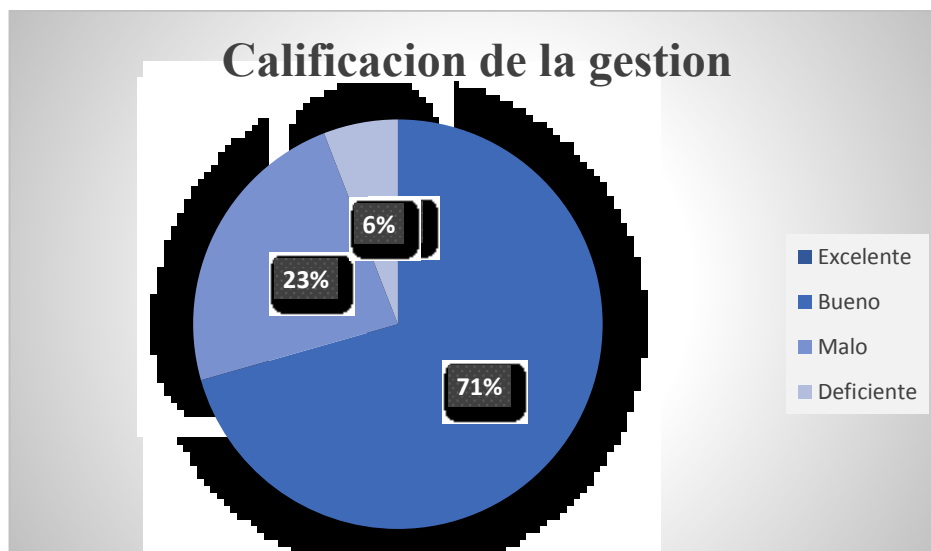


Gráfico 9-2: Calificación de la gestión
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.9 se determinó que el 71% equivalente a 12 empleados califican a gestión administrativa como buena, mientras que el 23% equivalente a 4 empleados califican como mala a la administración, también encontramos que un 6% equivalente a 1 empleado califica como deficiente a la administración de la empresa.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos se evidenció que en un mínimo porcentaje califica a la gestión administrativa como buena, mientras que un porcentaje considerable manifiesta que la gestión que realiza el gerente es mala, esto se debe a que la empresa no ha crecido de una manera planificada y no cuenta con una estructura bien.

Pregunta 10.- ¿Usted cree que una planificación estratégica ayudaría a incrementar la rentabilidad de la empresa?

Tabla 11-2: Rentabilidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	65%
No	6	35%

Total:	17	100%
---------------	----	------

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

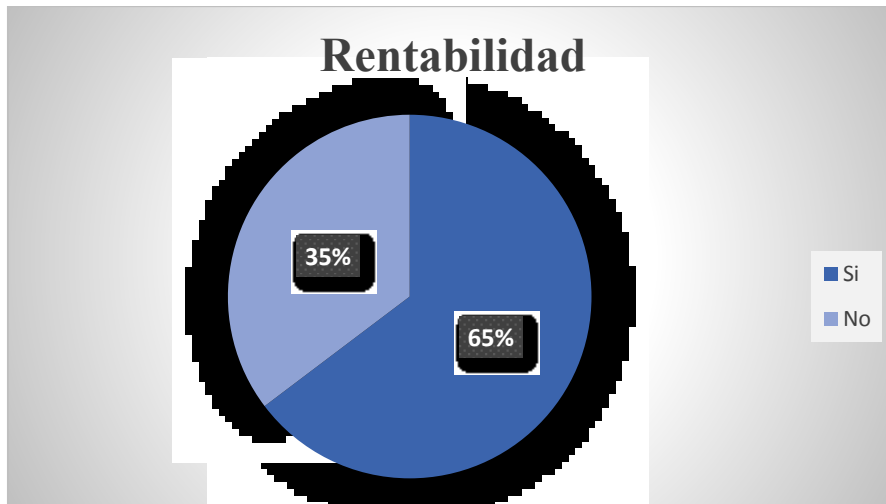


Gráfico 10-2: Rentabilidad
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.10 se determinó que el 65% equivalente a 11 empleados aseguran que la empresa incrementaría su rentabilidad si implementan un plan, mientras que el 35% opina todo lo contrario.

Interpretación: Se puede determinar que, de acuerdo a la encuesta aplicada, los empleados manifiestan que la implementación de una planificación estratégica ayudara a incrementar las ganancias y la empresa obtendría una mayor rentabilidad, poniendo nuevas metas y objetivos en la empresa.

2.7.1.2 Encuesta clientes

Pregunta 1.- ¿Cree usted que los productos y servicios que ofrece la empresa Loogika S.A. son de buena calidad?

Tabla 12-2: Productos y servicios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	117	69%

No	52	31%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

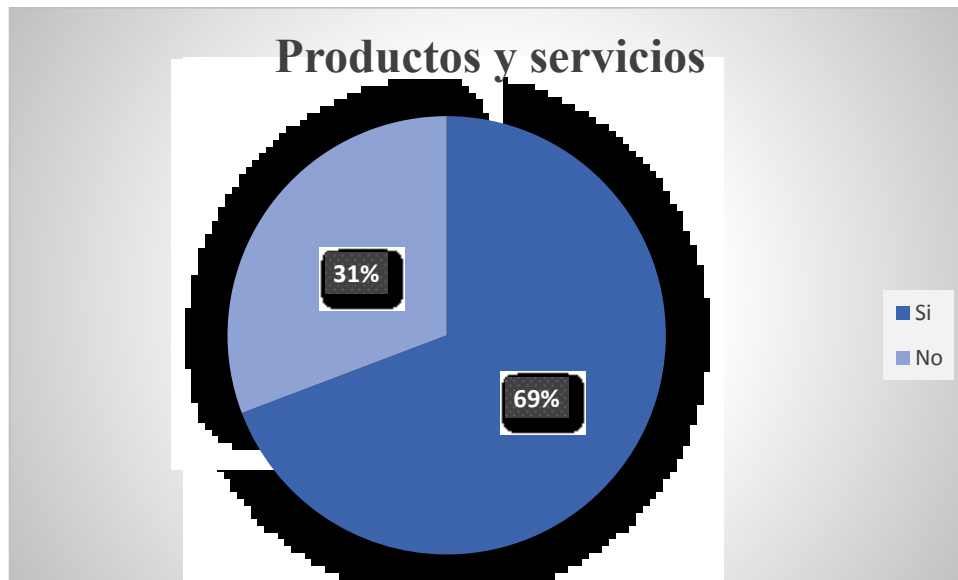


Gráfico 11-2: Productos y servicios
 Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.11 se determinó que el 69% equivalente a 117 clientes manifiestan que la calidad de los productos y servicios son buenos, mientras que 31% equivalente a 52 clientes no están conformes con nuestros productos.

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas se evidenció que los productos y servicios que ofrece la empresa son de buena calidad, es por ello que se han fidelizado y nos esta mientras que el 9% de los encuestados mencionan que alguna vez recibieron productos que no satisficieron a sus expectativas.

Pregunta 2.- ¿Cada que tiempo solicita pedidos o servicios profesionales a la empresa?

Tabla 13-2: Frecuencia de pedidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	22	13%
Semanal	47	28%
Quincenal	18	10%
Mensual	62	37%
Anual	20	12%

Otros	0	0%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

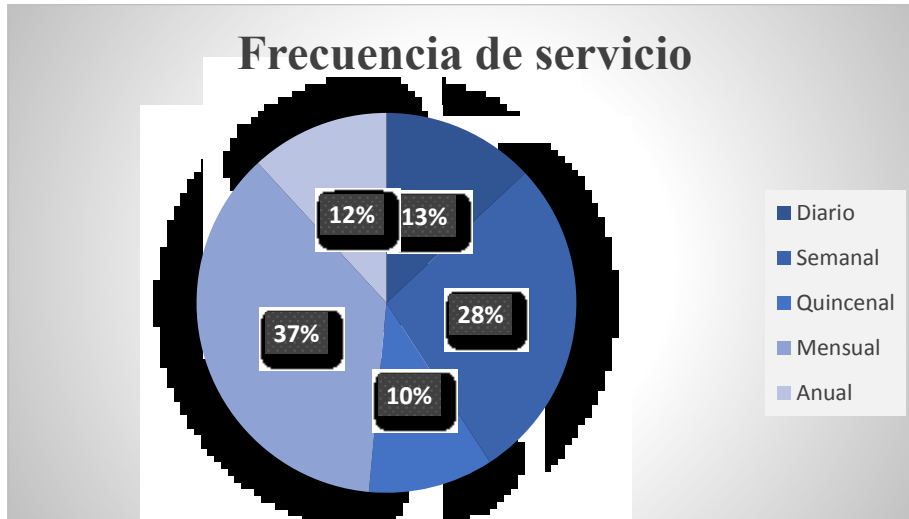


Gráfico 12-2: Frecuencia de servicio
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.12 se determinó que el 37% equivalente a 62 clientes manifiestan que tienen una frecuencia de consumo mensual, un 28% equivalente a 47 clientes tienen una frecuencia de consumo semanal, un 22% equivalente a 13 clientes tienen una frecuencia de consumo diario, un 12% equivalente a 20 clientes tienen una frecuencia de consumo anual y un 10% afirman que tienen una frecuencia de consumo quincenal.

Interpretación: Según los datos obtenidos de la encuesta, debemos construir estrategias que nos permita comprometer a nuestros clientes y poder posesionarnos en el mercado, para con eso conseguir fidelidad de nuestros clientes.

Pregunta 3. - ¿Cómo considera usted la atención recibida por parte de la empresa Loogika S.A.?

Tabla 14-2: Atención al cliente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	32	19%
Bueno	87	52%
Malo	19	11%

Deficiente	31	18%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

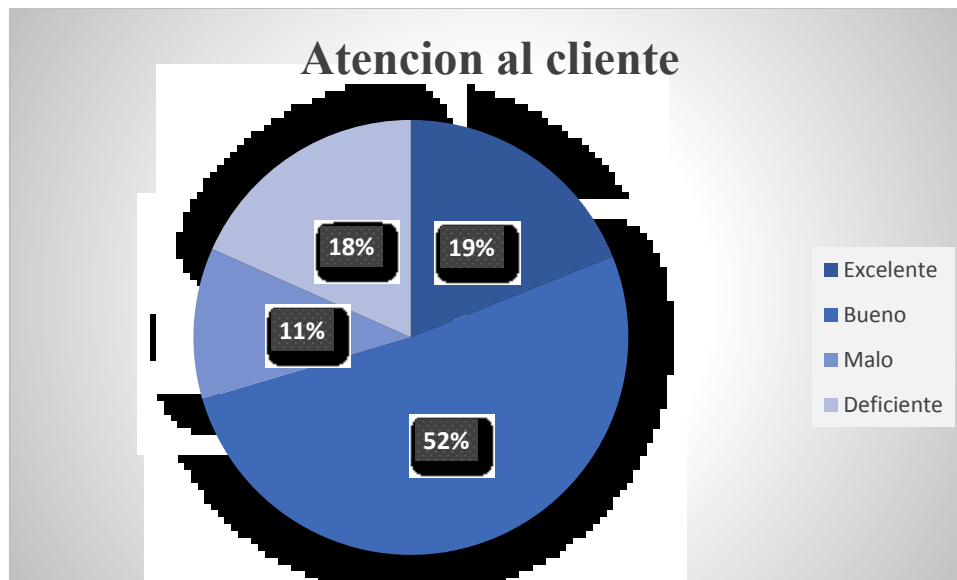


Gráfico 13-2: Atención al cliente
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.13 se determinó que el 19% equivalente a 32 clientes califican a la atención al cliente como excelente, un 52% equivalente a 87 clientes califican como bueno, un 11% equivalente a 19 clientes lo califican como bueno y un porcentaje considerable del 18% equivalente a 31 clientes lo califican como deficiente.

Interpretación: En base a las encuestas aplicadas en la investigación los resultados evidenciaron grandes falencias en este ámbito, al poner en evidencia que el servicio al cliente tiene calificación deficiente, presentando una inconformidad notoria por parte de los clientes.

Pregunta 4.- ¿Piensa usted que una planificación estratégica mejoraría el servicio que ofrece la empresa?

Tabla 15-2: El servicio en la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	91%
No	15	9%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

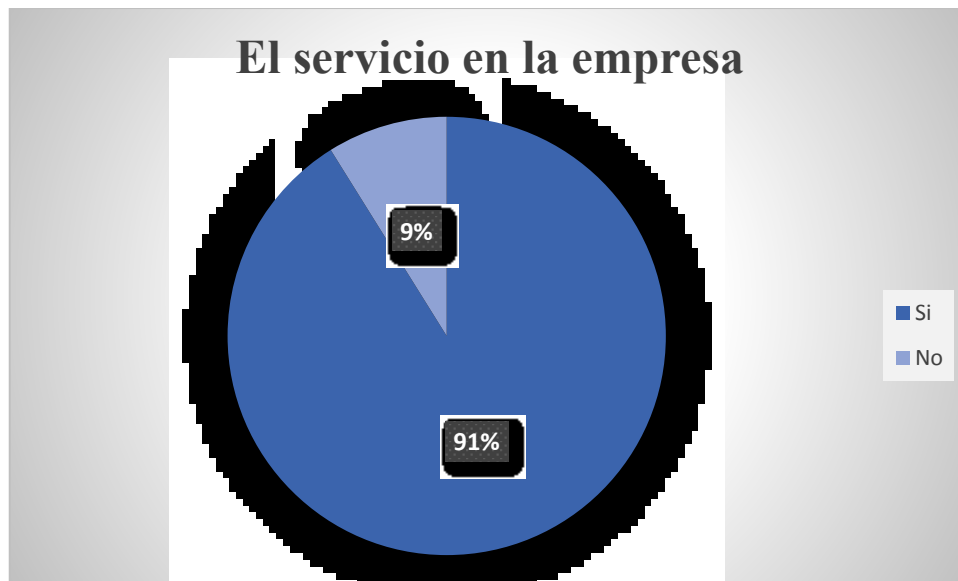


Gráfico 14-2: El servicio de la empresa
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.14 se determinó que el 91% equivalente a 154 clientes afirman que, una planificación estratégica mejoraría el servicio, mientras que el 9% equivalente a 15 clientes afirman lo contrario.

Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas se evidenció que una planificación estratégica ayudaría a mejorar el servicio que brinda la empresa, esto se puede conseguir mediante, la definición de valores, políticas, procesos y una mejor capacitación al personal que este encargado de brindar servicios y la atención a los clientes.

Pregunta 5.- ¿Cómo cataloga los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa Loogika S.A. ?

Tabla 16-2: Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	32	19%
Bueno	49	29%
Malo	62	37%
Deficiente	26	15%

Total:	169	100%
---------------	-----	------

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

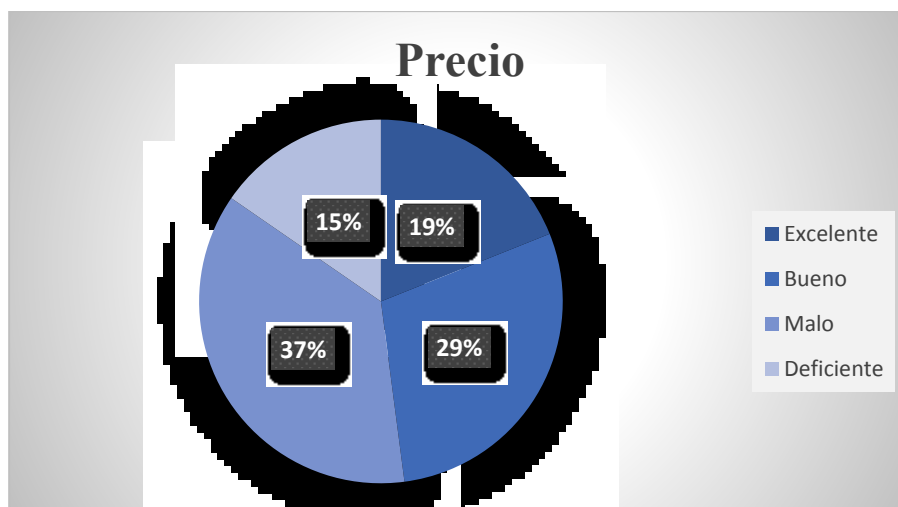


Gráfico 15-2: Precio
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.15 se determinó que el 19% equivalente a 32 clientes manifiestan que, están conformes con los precios de nuestra empresa, un 29% equivalente a 49 clientes dicen que los precios son buenos, un porcentaje alto de 37% equivalente a 62 clientes dicen que los precios son malos y no son competitivos, y un 15% equivalente a 26 clientes que los precios son deficientes y nada competitivos en el mercado.

Interpretación: Se pudo evidenciar que un porcentaje alto de los clientes están conformes con los precios que ofrece la empresa, pero un porcentaje mucho más alto nos dicen que los precios no son competitivos en el mercado y que deberíamos tomar más en cuenta este indicador.

Pregunta 6.- ¿Al momento de comprar un producto o solicitar un servicio el asesoramiento por parte de la empresa es?

Tabla 17-2: Asesoramiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	57	41%
Bueno	39	28%
Malo	22	16%
Deficiente	21	15%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

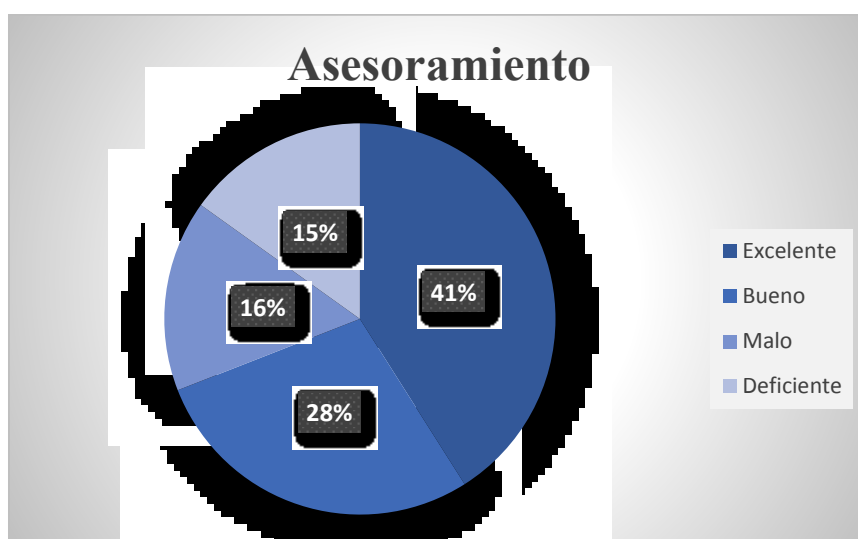


Gráfico 16-2: Asesoramiento

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.16 se determinó que el 41% equivalente a 57 clientes manifiestan que el asesoramiento es excelente, un 28% equivalente a 39 clientes califican al asesoramiento como bueno, el 16% equivalente a 22 clientes califican de mala manera al asesoramiento, y el 15% equivalente a 21 clientes aseguran que el asesoramiento es deficiente.

Interpretación: Según los datos obtenidos de la encuesta, un porcentaje considerable de clientes califican al asesoramiento como malo y deficiente, se debería aplicar estrategias para capacitar a los empleados para que brinden un mejor asesoramiento.

Pregunta 7.- ¿La empresa es cumplida con todos sus servicios?

Tabla 18-2: Servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	127	75%
No	42	25%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

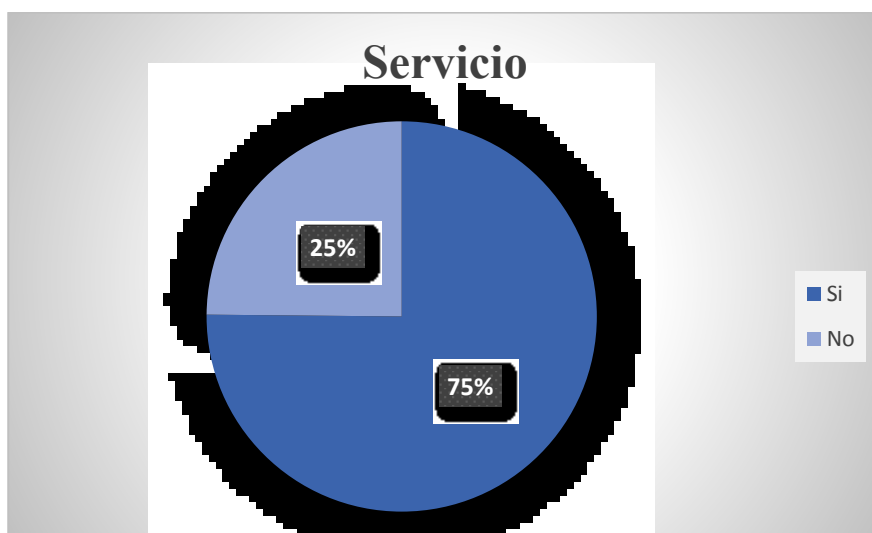


Gráfico 17-2: Servicio
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.17 se determinó que el 75% equivalente a 127 clientes manifiestan que, el sí cumple con el servicio, mientras que el 25% equivalente a 42 clientes tienen quejas sobre el servicio de la empresa.

Interpretación: De acuerdo a la encuesta aplicada en la investigación se evidenció que menciona que la empresa tiene un porcentaje considerable que no ha cumplido a tiempo con los servicios que realiza, esto se debe a que no ha planificado de una manera correcta y no ha podido satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Pregunta 8.- ¿Cómo cataloga el grado de desarrollo de la empresa Loogika S.A. en los últimos años?

Tabla 19: Desarrollo de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	38	22%
Buena	57	34%
Mala	39	23%
Deficiente	35	21%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

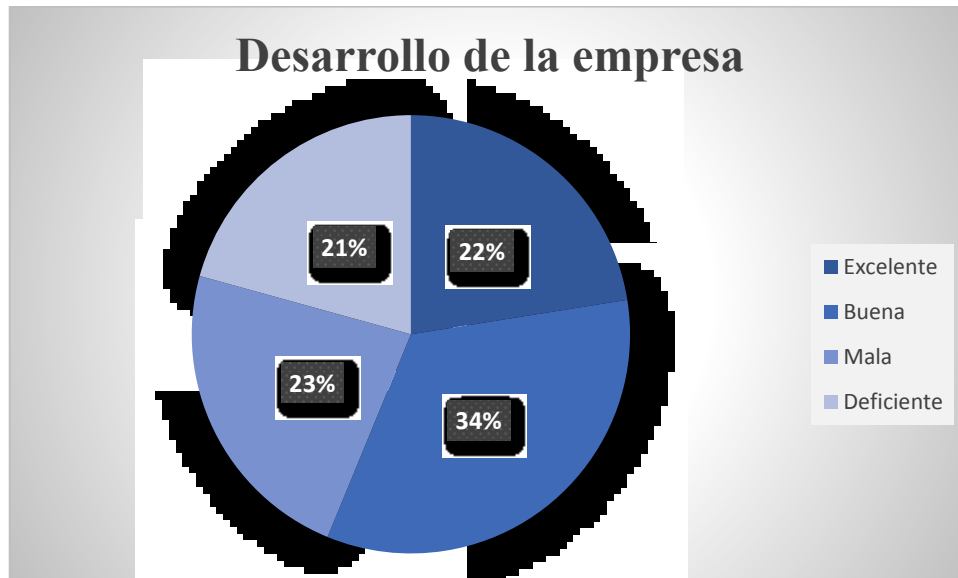


Gráfico 18-2: Desarrollo de la empresa
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.18 se determinó que el 22% equivalente a 38 clientes manifiestan que la empresa si ha tenido desarrollo, un 34% equivalente a 57 clientes califican al desarrollo como bueno, un 23% equivalente a 39 clientes manifiestan que el desarrollo es mínimo, y un 21% equivalente a 35 clientes dicen que no existe desarrollo en la empresa.

Interpretación: De acuerdo a la encuesta aplicada en la investigación se evidenció que un porcentaje considerable ha presentado quejas sobre el desarrollo de la empresa, deberíamos optar por estrategias que permitan un crecimiento en el desarrollo de la misma.

Pregunta 9.- ¿Cuál es el grado de satisfacción con los servicios que ofrece la empresa Loogika S.A.?

Tabla 20-2: Grado de satisfacción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	22	13%
Satisfactorio	79	47%
Poco satisfactorio	32	19%
Nada Satisfactorio	36	21%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

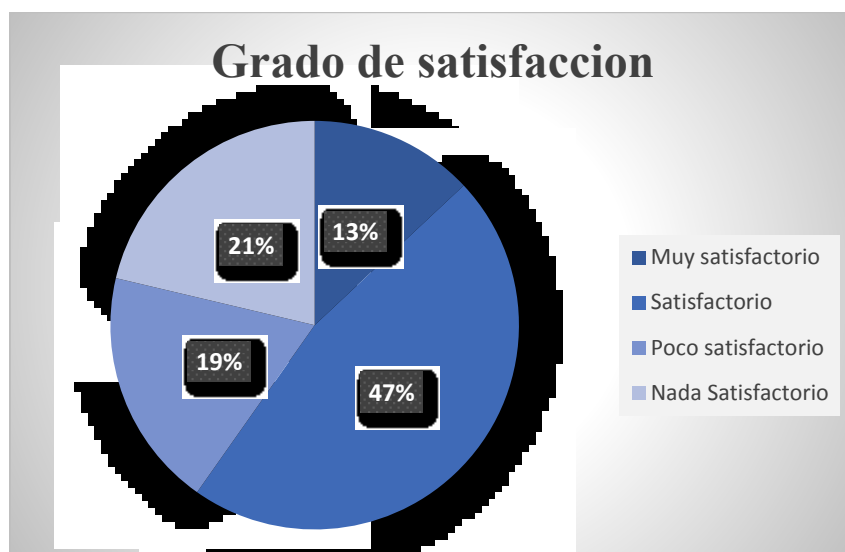


Gráfico 19-2: Grado de satisfacción
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.19 se determinó que el 13% equivalente a 22 clientes están muy satisfechos con los servicios de la empresa, mientras que un 47% equivalente a 79 clientes manifiesta que se encuentran algo satisfechos, el 19% equivalente a 32 clientes se encuentran poco satisfactorios, pero un porcentaje mínimo de 21% equivalente a 36 clientes están muy insatisfechos con el servicio.

Interpretación: De acuerdo a las encuestas aplicadas la mayoría de clientes recalcan las falencias que presenta la empresa en este ámbito y expresan la poca satisfacción con el asesoramiento que presenta la empresa, por lo cual se plantea estrategias para mejorar y alcanzar una puntuación alta en el grado de satisfacción.

Pregunta 10.- ¿Usted considera necesario que se pueda implementar una planificación estratégica acorde a las necesidades de la empresa?

Tabla 21-2: Necesidades de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	152	90%
No	17	10%
Total:	169	100%

Fuente: Encuestas online
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

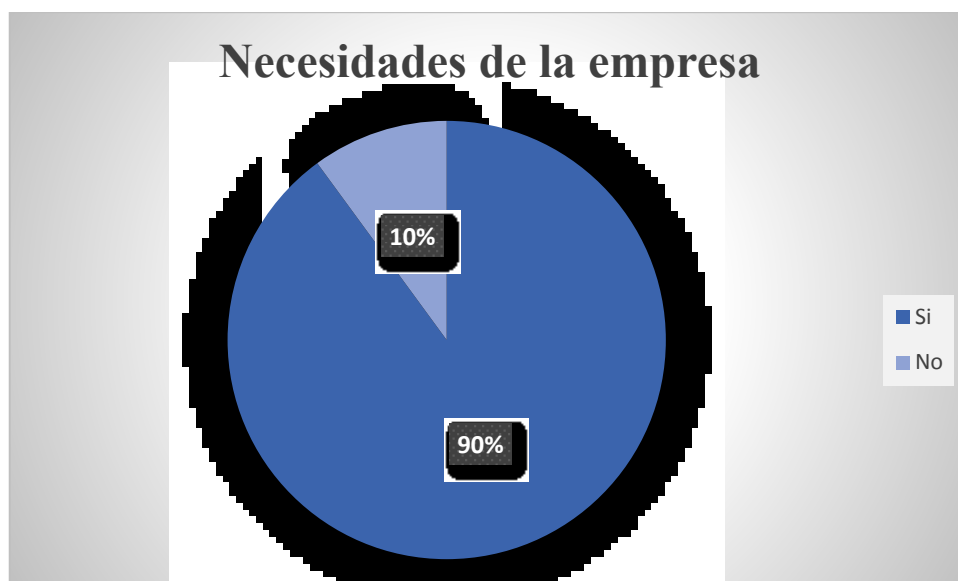


Gráfico 20-2: Necesidades de la empresa
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis: En el gráfico N.20 se determinó que el 90% equivalente a 152 clientes manifiestan que el establecer una planificación estratégica, para satisfacer las necesidades de la empresa, mientras que un 10% opina lo contrario.

Interpretación: Según los datos obtenidos de la encuesta, si es necesaria la implementación de una planificación estratégica en la empresa, ya que mediante la implementación de la misma se puede generar un mejor desarrollo, un ambiente más agradable, mayor competitividad y posicionamiento en el mercado.

2.7.2 Resultados Cualitativos

Luego de la entrevista realizada vía telefónica al Gerente de la empresa Loogika S.A., EL Ingeniero Christian Fernando Sasig Suntasig, se concluye que:

Tabla 22-2: Entrevista gerente

Pregunta	Respuesta
1. ¿Es importante una planificación estratégica en una empresa?	Tener una planificación estratégica es muy necesaria para poder definir qué camino seguir para alcanzar las metas y objetivos planteados dentro de la organización.

<p>2. ¿Cuenta la empresa con una planificación estratégica que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales?</p>	<p>Lamentablemente la empresa no cuenta con una planificación estratégica, la administración se la maneja de manera empírica.</p>
<p>3. ¿Cuáles serían las ventajas de la empresa al contar con una planificación estratégica?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar la gestión administrativa. - Estrategias para mitigar los riesgos. - Un diagnóstico de la situación actual de la empresa. - Genera compromiso y motivación - Posesionarse en el mercado. - Aumentar la cartera de clientes.
<p>4. ¿Cuáles considera usted como amenazas y debilidades de la empresa?</p>	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación interna y externa - Manejo de manera empírica - Riesgos altos <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica - Pandemia - Inflación
<p>5. ¿Cuál es la fortaleza más importante de la institución?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza de los clientes - Estructuras sólidas y funcionales - Cambios tecnológicos constantes
<p>6. ¿Qué aspectos estratégicos considera usted Sr. Gerente serían importantes para una eficiente planificación?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer la estructura de la empresa - Conocimiento de los procesos de la organización - Conocer nuestro DAFO

	<ul style="list-style-type: none"> - Mitigar el riesgo
<p>7. ¿Qué le hace falta a la empresa para ser más eficientes y efectivos con la gestión?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mas compromiso por parte de los empleados. - Mejorar los canales de comunicación. - Mejorar las políticas de la empresa. - Adaptarse mejor a los cambios.

Fuente: Entrevista gerente
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Propuesta

Planificación estratégica para la. Loogika S.A. en la ciudad de Pujilí periodo 2022- 2026.

3.2 Introducción

La implementación de una planificación estratégica es de vital importancia para todas las empresas competitivas en el mercado, actualmente mediante esta herramienta ha permitido a las organizaciones alcanzar objetivos y metas planteados de una manera eficiente y eficaz, siendo una guía para la empresa Loogika S.A. ubicada en la ciudad de Pujilí, con el apoyo de todos su equipo de trabajo, determinando un buen clima laboral para perfeccionar la productividad de una manera planificada y organizada, todo esto con el objetivo de obtener los propósitos bien definidos que favorezcan al desarrollo y crecimiento de la institución, además de esto permitiendo consolidar en el mercado a nuestra empresa, dando una imagen adecuada.

En el desarrollo de la planificación estratégica, para la empresa Loogika S.A. se tomará en cuenta la creación de elementos principales como: Misión, Visión, Objetivos, Políticas, , Organigrama estructural, Valores corporativos, matriz de evaluación de factores internos y externos, Matriz FODA , los mismos que permitan mediante el análisis la generación de estrategias, además se establecerá los planes a implementarse.

La empresa Loogika S.A. al no contar con una planificación estratégica se encuentra insegura en el mercado, la misma que perjudica a la productividad y el desarrollo de la organización, esta propuesta tiene como finalidad ayudar a obtener una mejor gestión administrativa y un mejor direccionamiento empresarial para llegar al éxito deseado. La creación de estrategias empresariales es fundamental para la planificación, ya que ayudan a determinar las falencias o problemas que estén afectando a la empresa, las mismas que se determinan a través de un análisis interno y externo es decir a través de la matriz DAFO adicionalmente con ello poder alcanzar estrategias productivas y de mejoramiento que contribuyan a solucionar los problemas existentes tanto internos como externos de la empresa Loogika S.A.

Toda empresa que no cuente con una planificación estratégica bien definida le resulta complicado tener permanecer en el mercado; mismo que en la actualidad es muy competitivo. Aquellas empresas que manejan una planificación estratégica tienen la posibilidad de que su organización crezca de una manera más eficiente y a su vez pueda posicionarse en el mercado, y adaptarse a los cambios que se presentan día a día en el mundo.

3.3 Esquema de la propuesta

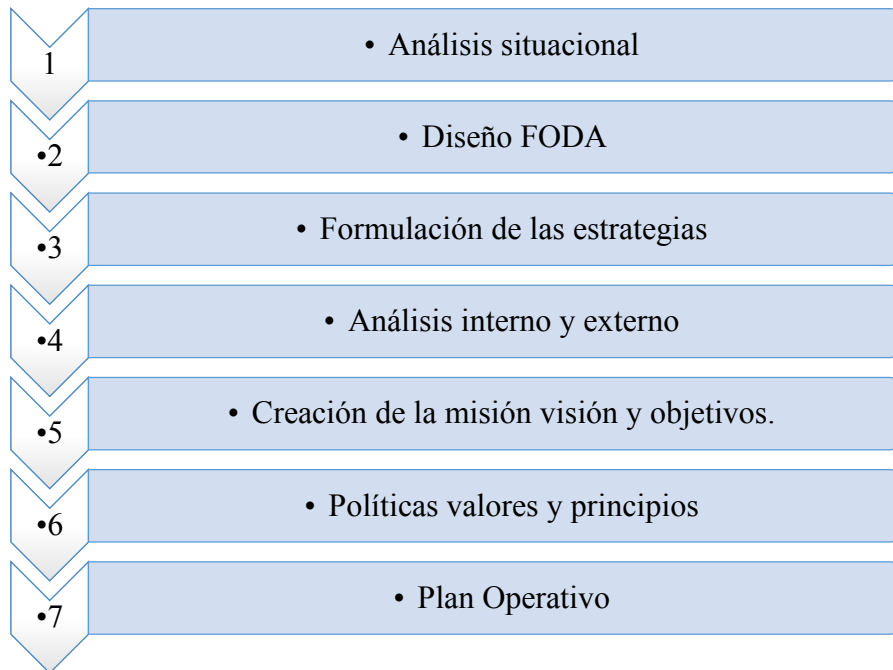


Figura 1-3: Esquema
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.4 Generalidades de la empresa

3.4.1 Reseña histórica

Hace años atrás un grupo de jóvenes empresarios creó la empresa Loogika S.A. actualmente se la considera como una organización innovadora en el servicio de internet y otros productos, bajo estrictas normas técnicas y de seguridad, acompañadas de un eficiente personal para cumplir con su labor.


Desde entonces, revolucionando toda la industria al introducir el concepto de Internet de Ultra Alta Velocidad, gracias a su tecnología de punta que llega con fibra óptica directamente hasta el hogar, además de cubrir las necesidades de sus clientes, nuestra empresa se ha convertido en un motor para impulsar el desarrollo social económico de un sector del país.

Nuestro compromiso nos ha permitido ser una empresa con el objetivo principal de brindar soluciones, productos, servicios para ayudarle en la automatización de procesos

de proveedores de servicios de internet. Contamos con un equipo de trabajo que está compuesto de profesionales con experiencia en el área de desarrollo de software, redes y telecomunicaciones para ofrecer servicios de alta calidad.

3.4.2 Identificación de la empresa:

Tabla 1-3: Datos generales de la empresa

Razón Social:	Loogika S.A.
Actividad Económica:	Actividades de compra y derechos de acceso y capacidad de red a los propietarios y operadores de redes y utilización de esa capacidad para suministrar servicios de telecomunicaciones a empresas y hogar.
RUC:	0591754165001
Representante Legal:	Willian Miguel Sasig Suntasig
Dirección:	José Joaquín De Olmedo Nro. S/N (Av. Velasco Ibarra)
Teléfono:	09689100449
E-Mail:	loogikasa@gmail.com
Logotipo:	

Fuente: Loogika S.A.
Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.4.3 Registro tributario

- ✓ Registro Único de Contribuyente (RUC): 0591754165001
- ✓ Estado: ACTIVO
- ✓ Clase: OTROS
- ✓ Categoría: Mi PYMES
- ✓ Tipo: SOCIEDADES

✓ Fecha de Inicio de Actividades: 08/05/2019

3.5 Fundamentos estratégicos

3.5.1 Misión

Proveer productos y servicios de alta calidad a negocios que provean de Internet a sus clientes, por medio del desarrollo de innovaciones y soluciones que mejoren la calidad de vida y satisfagan las necesidades de los clientes, dar a los empleados trabajo significativo y oportunidades de progreso, y a los inversores un retorno superior.

3.5.1.1 Características del planteamiento de la misión

¿Qué vamos a hacer?

Ofrecer servicios de alta calidad, eficientes y oportunos.

¿Para qué vamos a hacer?

Para entregar un mayor número de servicios a nuestros clientes mediante la atención al cliente oportuna y personalizada.

¿Cómo lo vamos a hacer?

Ofreciendo servicios de alta calidad, permitiendo a nuestros clientes un mejor acceso. Otorgando un mayor beneficio.

¿Con que vamos a hacer?

Utilizando todos los recursos financieros, materiales, tecnológicos y talento humano que tenga a disposición la empresa.

3.5.1.2 Misión propuesta

Proveer productos y servicios de alta calidad mejorando la calidad de vida de los hogares y emprendedores, facilitando una gran experiencia en soluciones digitales e informáticas, apoyados en: una constante innovación, tecnología avanzada, recurso humano motivado y especializado; generando crecimiento sostenible y responsable que contribuya al desarrollo humano y productivo de nuestro país.

3.5.2 Visión

Convertirnos en una empresa líder mundial en soluciones informáticas en el área de redes de telecomunicaciones que asegure la satisfacción de nuestros clientes a través de productos innovadores y un servicio superior.

3.5.2.1 Características del planteamiento de la visión

¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?

Mantener un sólido posicionamiento en el mercado y liderazgo en el mercado de telecomunicaciones.

¿Cómo seremos en el futuro?

Para el año 2026 abarcar nuevos mercados en el país, ofertando más servicios oportunos para nuestros clientes.

¿Qué haremos en el futuro?

Perfeccionar la atención a nuestros clientes, desarrollar nuevas líneas de servicios para nuestros clientes.

¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Capacitación al talento humano, desarrollaremos nuevos servicios de alta calidad que permitirá a nuestros clientes mayores beneficios

3.5.2.2 Visión propuesta

Ser la organización líder de la región y del país en proporcionar la mejor experiencia en soluciones digitales e informáticas apoyados en: tecnología, estructura ágil, valores, innovación, trabajo en equipo y eficiencia operativa; que nos permita crecer de manera sostenida y responsable, construyendo relaciones a largo plazo con clientes y partes interesadas.

3.5.3 Valores corporativos



Figura 2-3: Valores corporativos

- ✓ Espíritu de servicio: Es la actitud de total disponibilidad con el cliente interno y externo, solucionando requerimientos al primer contacto a fin de cumplir con la promesa de valor y así generar una gran experiencia en el servicio.
- ✓ Conciencia empresarial: Es la capacidad de comprender e interpretar las relaciones externas e internas para optimizar el uso de los recursos y aprovechar las oportunidades del mercado, tomando decisiones rápidas basadas en información relevante para minimizar los riesgos.
- ✓ Integridad: Es comunicar las ideas y sentimientos abiertamente de manera honesta, asumiendo la responsabilidad de las decisiones tomadas, es decir actuar con seguridad y coherencia entre el decir y el hacer.
- ✓ Pasión: Es la fuerza interior que sale del corazón y del alma, para realizar tus actividades en tu vida laboral con alegría, asumiendo nuevos retos y riesgos, siempre buscando la excelencia en la obtención de resultados.
- ✓ Integridad: Es comunicar las ideas y sentimientos abiertamente de manera honesta, asumiendo la responsabilidad de las decisiones tomadas, es decir actuar con seguridad y coherencia entre el decir y el hacer.
- ✓ Empatía: Es la habilidad para percibir y sentir el estado de ánimo de las personas con quien nos comunicamos, para lograr un clima de confianza armonía y cooperación; y así mejorar nuestras relaciones interpersonales para consecución de metas y objetivos.

- ✓ **Disciplina:** Es la manera constante, ordenada y sistemática de hacer las cosas, siguiendo un conjunto de reglas normas y principios para alcanzar el éxito y la excelencia en la organización.

3.5.4 Política de calidad

Proporcionamos servicios digitales e informáticos para hogares y emprendedores, apoyados por un equipo humano especializado y comprometido con la satisfacción de nuestros clientes, cumpliendo los requerimientos de las partes interesadas y mejoramiento continuo de nuestros servicios, para obtener crecimiento sostenido y una rentabilidad que garantice la operación de la compañía a largo plazo.

3.5.5 Objetivos estratégicos

- ✓ Incremento de la rentabilidad
- ✓ Generar un impacto positivo en los clientes
- ✓ Perfeccionar la atención al cliente.
- ✓ Implementar nuevas herramientas de innovación y tecnología
- ✓ Incrementar la participación en el mercado
- ✓ Desarrollar una variedad de servicios para los clientes
- ✓ Mejorar la imagen de la empresa
- ✓ Ganar ventajas competitivas
- ✓ Mejorar la calidad del servicio
- ✓ Expansión a nuevos mercados

3.5.6 Slogan

Mejora tu futuro...conecta tu vida

3.5.7 Logotipo

Figura 3-3: Slogan



Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.5.8 Organigrama

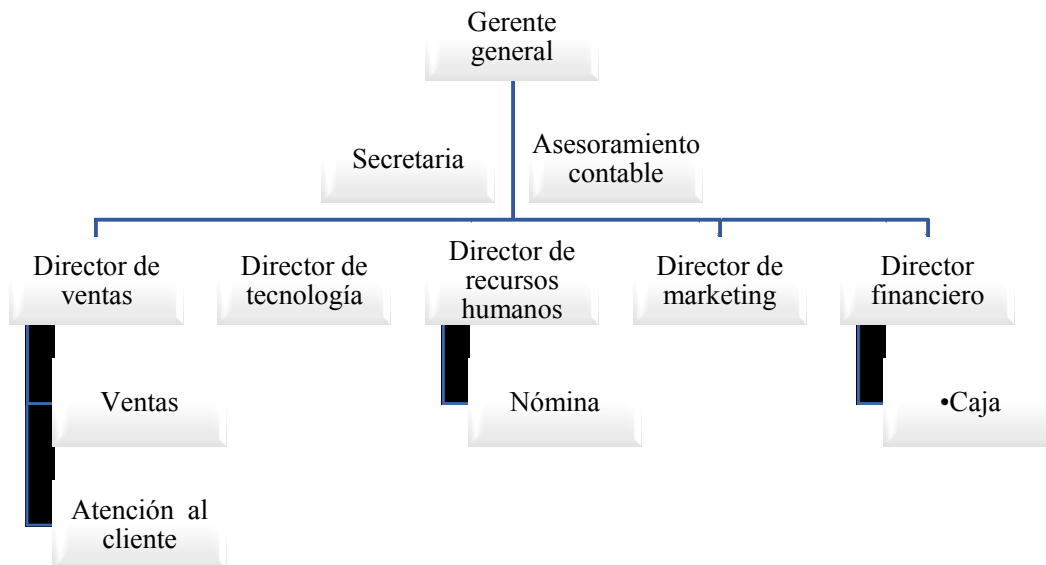


Figura 4-3: Organigrama

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.6 Análisis situacional

3.6.1 Matriz de implicados

Los implicados son personas naturales o jurídicas que se encuentran en el entorno de la empresa se clasifican en dos grupos:

Tabla 2-3: Implicados

Nombre:	Concepto:
Aliados	Su accionar posibilita el mejoramiento de la organización.
Oponentes	Su accionar disminuye el desarrollo de la organización.

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Tabla 3-3: Matriz de implicados

Implicado	Criterio
Gobierno	Obliga a cumplir y actuar sobre las leyes ya establecidas.
Super Intendencia de compañías	Es una entidad técnica de supervisión y de control de las empresas
SRI	Gestionar la política tributaria, en el marco de los principios constitucionales, asegurando la suficiencia recaudatoria destinada al fomento de la cohesión social.
Gerente	Realiza todas las gestiones para efectivizar la empresa.
Empleados	Están directamente involucrados con la empresa y en contacto directo con los clientes.
Clientes	La razón de ser de la empresa.

Competencia	Es una de las amenazas para la empresa.
Comunidad	Brindar beneficios a la población local.
Ministerio de trabajo	Registra información de los trabajadores que percibirán utilidades y salario digno.

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.6.2 Matriz FODA

Tabla 4-3: Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
F1: Innovación tecnológica F2: Clientes leales F3: Adaptación al cambio F4: Precios competitivos F5: Buen servicio al cliente	O1: Mercado creciente O2: Rápida evolución tecnológica O3: Disponibilidad de establecer alianzas estratégicas O4: Apertura de nuevos mercados O5: Clientes satisfechos
Debilidades	Amenazas
D1: No se ha definido una dirección estratégica D2: No hay objetivos establecidos D3: Administración deficiente D4: Falta de experiencia D5: Baja presencia en los medios publicitarios	A1: Estrada de nuevos competidores A2: Competencia agresiva A3: Incremento de impuestos A4: Incertidumbre con respecto al mercado A5: Guerra de precios

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.6.3 Formulación de estrategias

	Fortalezas	Debilidades
	F1: Innovación tecnológica F2: Clientes leales F3: Adaptación al cambio F4: Precios competitivos F5: Buen servicio al cliente	D1: No se ha definido una dirección estratégica D2: No hay objetivos establecidos D3: Administración deficiente D4: Falta de experiencia D5: Baja presencia en los medios publicitarios
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O1: Mercado creciente O2: Rápida evolución tecnológica O3: Disponibilidad de establecer alianzas estratégicas O4: Apertura de nuevos mercados O5: Clientes satisfechos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar la innovación tecnológica en el mercado creciente para atraer nuevos clientes. ✓ Ofrecer mayores beneficios y ofertas a nuestros clientes leales y potenciales. ✓ Establecer alianzas estratégicas para explorar nuevos mercados. ✓ Aprovechar nuestros precios competitivos para aperturar nuevos mercados para nuestra empresa. ✓ Perfeccionar nuestro servicio al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar una dirección estratégica para aprovechar el mercado creciente. ✓ Establecer objetivos usando la rápida evolución tecnológica. ✓ Mejorar la administración de la empresa para establecer alianzas estratégicas. ✓ Adquirir experiencia con la apertura de nuevos mercados.

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar la publicidad para posesionarnos en la mente de nuestros clientes.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1: Entrada de nuevos competidores A2: Competencia agresiva A3: Incremento de impuestos A4: Incertidumbre con respecto al mercado A5: Guerra de precios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar nuestra innovación tecnológica como ventaja competitiva en contra de los competidores. ✓ Otorgar mayores beneficios y nuevos servicios para nuestros clientes. ✓ Establecer acuerdos con el estado que permitan el desarrollo de las microempresas. ✓ Implementar planes de venta con precios competitivos. ✓ Capacitar a los empleados para mejorar el servicio al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar ventajas competitivas en la dirección estratégica. ✓ Mejorar nuestro servicio para establecernos como empresa líder en el mercado. ✓ Implementar un sistema contable de acuerdo a las necesidades de la empresa. ✓ Incrementar nuestros servicios para incursionar en nuevos mercados. ✓ Implementar un plan de marketing con precios competitivos.

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.6.4 Matriz de evaluación de factores externos EFE

Tabla 5-3: Factores externos EFE

N.º	OPORTUNIDAD	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
1	Mercado creciente	0,15	4	0,60
2	Rápida evolución tecnológica	0,09	4	0,36
3	Disponibilidad de establecer alianzas estratégicas	0,09	3	0,27
4	Apertura de nuevos mercados	0,09	3	0,27
5	Clientes satisfechos	0,10	4	0,40
N.º	AMENAZA	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
1	Entrada de nuevos competidores	0,10	2	0,20
2	Competencia agresiva	0,15	1	0,15
3	Incremento de impuestos	0,09	2	0,18
4	Incertidumbre con respecto al mercado	0,05	2	0,10
5	Guerra de precios	0,09	2	0,18
Total		1		2,71

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Tabla 6-3: Calificación matriz EFE

Peso	Sin importancia 0,0	
	Muy importante 0,1	
Impacto	Amenaza importante 1	Oportunidad menor 3
	Amenaza menor 2	Oportunidad importante 4

Fuente: (Shum, 2018)

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis

El total del peso ponderado de la empresa Loogika S.A. es de 2.71, lo cual nos muestra que la compañía se ubica por encima del promedio ponderado, esto nos quiere decir que nuestra empresa ha aprovechado al máximo las oportunidades que se han presentado, minimizando las amenazas que se encuentran en su entorno.



Figura 5-3: Amenazas

Las amenazas consideradas como importantes son: competencia agresiva.



Figura 6-3: Oportunidades

Las oportunidades que se han identificado como importantes son: mercado creciente, rápida evolución tecnológica y clientes satisfechos.

3.6.5 Matriz de evaluación de factores internos EFI

Tabla 7-3: Matriz EFI

N.º	FORTALEZAS	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
1	Innovación tecnológica	0,10	3	0,30
2	Clientes leales	0,09	3	0,27
3	Adaptación al cambio	0,05	4	0,20
4	Precios competitivos	0,15	4	0,60
5	Buen servicio al cliente	0,10	3	0,30
N.º	DEBILIDADES	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
1	No se ha definido una dirección estratégica	0,15	2	0,30
2	No hay objetivos establecidos	0,09	1	0,09
3	Administración deficiente	0,09	1	0,09
4	Falta de experiencia	0,08	2	0,16
5	Baja presencia en los medios publicitarios	0,10	1	0,10
Total		1		2,41

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Tabla 8-3: Calificación matriz EFI

Peso	Sin importancia 0,0	
	Muy importante 0,1	
Impacto	Debilidad importante 1	Fortaleza menor 3
	Debilidad menor 2	Fortaleza importante 4

Fuente: (Shum, 2018)

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

Análisis

El total del peso ponderado de la empresa Loogika S.A. es de 2.45. lo que nos muestra que la organización se encuentra por debajo del promedio ponderado, esto quiere decir que la organización no está aprovechando sus fortalezas al máximo para minimizar en un porcentaje considerable sus debilidades.



Figura 7-3: Fortalezas

Las fortalezas identificadas como importantes son: adaptación al cambio y precios competitivos.



Figura 8-3: Debilidades

Las debilidades más representativas son: no se ha definido una dirección estratégica y baja presencia en los medios publicitarios.

3.7 Plan Operativo

Tabla 9-3: Plan operativo

N.º	Objetivo	Iniciativa estratégica	Tema estratégico	Tiempo	Responsable
1	Incremento de la rentabilidad	Utilizar la innovación tecnológica en el mercado creciente para atraer nuevos clientes.	Crecimiento sostenido gracias a la innovación	1 a 5 años	Gerencia
2	Generar un impacto positivo en los clientes	Ofrecer mayores beneficios y ofertas a nuestros clientes leales y potenciales.	A través de la entrega se servicios de calidad.	6 meses a 1 año	Dirección de tecnología
3	Perfeccionar la atención al cliente.	Capacitar a los empleados para mejorar el servicio al cliente.	Plan de capacitación permanente del personal.	1 a 5 años	Director de recursos humanos
4	Implementar nuevas herramientas de innovación y tecnología	Generar ventajas competitivas en la dirección estratégica.	Desarrollar investigaciones de nuevos mercados.	1 a 5 años	Gerencia Dirección de marketing
5	Incrementar la participación en el mercado	Aprovechar nuestros precios competitivos para aperturar nuevos mercados para nuestra empresa.	Realizar alianzas estratégicas	1 a 5 años	Gerencia
6	Desarrollar una variedad de servicios para los clientes	Otorgar mayores beneficios y nuevos servicios para nuestros clientes.	Ampliar el portafolio de servicios.	1 a 5 años	Gerencia Direcciones departamentales
7	Mejorar la imagen de la empresa	Mejorar nuestro servicio para establecernos como empresa líder en el mercado.	Aprovechando las ventajas competitivas y comparativas frente a la competencia	1 a 5 años	Gerencia y direcciones departamentales
8	Ganar ventajas competitivas	Utilizar nuestra innovación tecnológica como ventaja competitiva en	Desarrollar de forma permanente planes, políticas y	1 a 5 años	Gerencia y direcciones departamentales

		contra de los competidores.	programas que beneficien a nuestros clientes		
9	Mejorar la calidad del servicio	Implementar un plan de marketing con precios competitivos.	Desarrollando planes de Investigación y desarrollo	1 a 5 años	Gerencia y direcciones departamentales
10	Expansión a nuevos mercados	Establecer acuerdos con el estado que permitan el desarrollo de las microempresas.	Desarrollo de alianzas estratégicas	1 a 5 años	Gerencia

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

3.8 Balance Scorecare

Tabla 10-3: Balance Scorecare

Perspectiva:	Objetivo estratégico	Cuadro de mando integral		
		Mapa estratégico	Indicador de rendimiento	Valor a alcanzar
Financiero	Incremento en la rentabilidad	Crear índices de rentabilidad diversificando el portafolio de productos y servicios	Incremento anual de ingresos	20%
Clientes	Generar un impacto positivo en los clientes	Incrementar los beneficios para los clientes.	Porcentaje de satisfacción de los clientes	25%
	Perfeccionar la atención al cliente.	Incrementar planes constantes de capacitación	Porcentaje de satisfacción en la atención a los clientes	35%
	Desarrollar una variedad de servicios para los clientes	Utilizar la tecnología de punta de la empresa	Incremento de clientes reales y potenciales	20%
Procesos internos	Mejorar la calidad del servicio	Incrementar planes constantes de capacitación e innovación.	Porcentaje de satisfacción en la atención a los clientes	22%
	Mejorar la imagen de la empresa	Desarrollar planes de publicidad y promoción	Incremento de clientes en nuevos segmentos del mercado	20%
	Incrementar la participación en el mercado	Realizar alianzas estratégicas	Incremento de clientes potenciales.	25%
	Ganar ventajas competitivas	Aprovechar la tecnología de punta.	Porcentaje de certificaciones anuales.	5%
	Expansión a nuevos mercados	Desarrollar planes de publicidad y promoción	Incremento de clientes potenciales	25%

Aprendizaje y conocimiento	Implementar nuevas herramientas de innovación y tecnología	Fortalecer la imagen de la empresa mediante la incorporación de nueva tecnología.	Porcentaje de satisfacción en la atención a los clientes	50%
-----------------------------------	--	---	--	-----

Elaborado por: Willian Sasig, 2021

CONCLUSIONES

- El desarrollo de las bases teóricas y conceptuales permitió tener conocimiento de la planificación estratégica para el presente trabajo de investigación.
- La empresa Loogika S.A. no cuenta con una planificación estratégica y un previo análisis FODA. Teniendo presente la misión formulada y los objetivos estratégicos.
- Se elaboró un plan operativo y un balance scordcare que servirá de guía para completar las estrategias planteadas y alcanzar los objetivos trazados.

RECOMENDACIONES

- Es indispensable evaluar la situación interna y externa de la empresa para identificar los procesos que no generan valor agregado a la organización y poder tomar mejores decisiones, con la finalidad de posesionarnos en el mercado.
- Poner en práctica la planificación estratégica desarrollada en este trabajo de titulación, entregando el documento terminado a los directivos de la empresa, que servirá como herramienta de gestión para la toma de decisiones.
- Cumplir al 100% el plan operativo propuesto en esta planificación estratégica a través de la consecución de los objetivos estratégicos, las estrategias, los involucrados en el tiempo requerido. De esta manera optimizar los recursos de la empresa.

GLOSARIO

Eficacia: Eficiencia con el logro de objetivos. Es la capacidad de la organización para cumplir con la misión y abarca desde la satisfacción del cliente y los productores, capacidad para producir con calidad, hasta la adaptabilidad a los cambios y el desarrollo de la organización. (Abascal, 2016)

Eficiencia: Relación óptima entre determinados elementos o componentes, entre insumo y resultado, beneficio y costo, resultado y tiempo. Debe reflejar todo el ciclo recursos-proceso-resultado. (Behar, 2008)

Planeación estratégica: Decisiones de alto nivel, globales, que se relacionan con las direcciones básicas de la organización y la manera en que se utilizan los recursos. (Candelas, 2014)

Instrumento: Con origen en el vocablo latino instrumentum, instrumento es una palabra que describe el elemento que, al ser combinado con otras piezas, sirve en el ámbito de los oficios o las artes para determinados propósitos. El término puede aprovecharse como sinónimo de herramienta, máquina o utensilio. (Espinoza, 2014)

Proceso: Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. (Espinoza, 2014)

Planificación empresarial: Proceso que comienza con los objetivos, la estrategia y los planes para lograrlos, así como el establecimiento de una organización para tomar decisiones y controlar su comportamiento. (Plaza, 2019)

Strategós: Dirigir un regimiento. (Espinoza, 2014)

Utilidad: La utilidad es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios. (Jimenez, 2016)

Slogan: es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, que a menudo se utiliza en la publicidad y la propaganda política como frase identificativa. Además, se espera generar confianza en el interlocutor o público al que va dirigido el mensaje. (Puente, 2017)

Sistematizar: Se denomina sistematización al proceso por el cual se pretende ordenar una serie de elementos, pasos, etapas, etc., con el fin de otorgar jerarquías a los diferentes elementos. (DGIPYME, 2018)

Logotipo: Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, R. (2016). *Cómo se hace un plan estratégico, la teoría de marketing*. Madrid: Esic.
- Armstrong, G. (18 de Marzo de 2017). *Enciclopedia Economica* . Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/mision/>
- Barona, A. (2020 de Abril de 2020). *Grupo Albe* . Obtenido de <https://www.grupoalbe.com/planeacion-estrategica-importancia-del-plan-de-negocios/>
- Behar, S. (2008). *Metodología de la investigacion*. Bogota : Shalom.
- Calderon, R. (19 de Junio de 2017). *Scielo*. Obtenido de Scielo Corporation: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33231998000100010
- Candelas, E. (30 de Septiembre de 2014). *Fundamentos de la Administracion*. Obtenido de Apuntes científicos: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/1/fun>
- DGIPYME. (19 de Marzo de 2018). *Gobierno de España* . Obtenido de Ministerio de Industria Comercio y Turismo : <https://planempresa.ipyme.org/InfGeneral/PlanDeEmpresa>
- Espinoza, R. (14 de Noviembre de 2014). *Home Dafo* . Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- Estela, M., & Raffino. (29 de Agosto de 2019). *Planeación Estratégica*. Obtenido de Planeación Estratégica: <https://concepto.de/planeacion-estrategica/>
- Fred, D. (2016). *Administracion estrategica*. Mexico: Pearson.
- García, P. (2019). *dspace.espace.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.espace.edu.ec/handle/123456789/13666>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigacion* . Mexico : Interamericana editores .
- Jimenez, W. (2016). *Introduccion a la Teoria Administrativa* . Colombia : McGraw-Hill Interamericana.
- Maroto, J. C. (2015). *Estrategia de la visión a la acción* (Segunda ed.). Madrid, España. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/espacepreader.action?docID=5885806&query=estrategia%2B>

- Martinez, P. (2015). *La planificación estratégica y su incidencia en la productividad de la empresa*. Quito .
- Mintzberg, M. (19 de Marzo de 2016). *Enciclopedia Economica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/vision/>
- Norberto, O. (2014). *Fundamentos de la Administracion* . Medellin : Ediciones de la U.
- Plaza, V. (3 de 12 de 2019). *Universidad Continental* . Obtenido de Blog De Escuela de Posgrado : <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/cual-es-la-importancia-del-planeamiento-estrategico#:~:text=Podemos%20decir%20que%20el%20planeamiento,los%20trabajadores%20saben%20c%C3%B3mo%20llegar.>
- Puente, J. (2017). *Planificacion Estrategica Empresarial*. Sangolqui: ESPE INNOVATIVA.
- Quigley, A. (19 de marzo de 2017). *Enciclopedia Economica* . Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/vision/>
- Rodriguez, C. (2016). *dspace.esPOCH.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11721>
- Saiga, S. (2019). *DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA* . Riobamba.
- Salazar, F. (2015). *Gestión Estratégica de Negocios*. España: Editorial Académica Española.
- Shum, Y. (6 de Febrero de 2018). *Yi Min Shum XIE* . Obtenido de [https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/#:~:text=Matriz%20de%20evaluaci%C3%B3n%20de%20factores%20internos%20\(Matriz%20EFI%20%E2%80%93%20MEFI\)&text=A%20la%20hora%20de%20trazar,las%20matrices%20EFI%20y%20EFE.](https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/#:~:text=Matriz%20de%20evaluaci%C3%B3n%20de%20factores%20internos%20(Matriz%20EFI%20%E2%80%93%20MEFI)&text=A%20la%20hora%20de%20trazar,las%20matrices%20EFI%20y%20EFE.)
- Torres, Z. (2014). *Teoria General de la Administracion*. Mexico: Patria.
- Uriarte, J. (19 de Julio de 2018). *Planificacion* . Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/valores/>
- Valle, S. (2019). *Planificacion estrategica* . Riobamba .

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta empleados

Mejora tu futuro...conecta tu vida



1. ¿La empresa Loogika S.A. cuenta con una planificación estratégica?
2. ¿Usted considera que una planificación estratégica mejoraría el servicio que ofrece la empresa?
3. ¿Cree usted que es necesario la creación de una filosofía empresarial, Misión y Visión que contribuya al desarrollo de la empresa ?
4. ¿Usted cree que el no disponer de una planificación estratégica afecta el desarrollo de la empresa?
5. ¿Se ha realizado un control sobre la gestión administrativa y operativa de la empresa?
6. ¿Considera usted importante y necesario que la empresa Loogika S.A. implemente un plan estratégico institucional?
7. ¿Usted considera que la empresa tiene problemas administrativos?
8. ¿La empresa posee organigrama funcional establecido?
9. ¿Cómo calificaría usted la gestión administrativa de la empresa Loogika S.A.?
10. ¿Usted cree que una planificación estratégica ayudaría a incrementar la rentabilidad de la empresa?

ANEXO B: Encuesta clientes

Mejora tu futuro...conecta tu vida



1. ¿Cree usted que los productos y servicios que ofrece la empresa Loogika S.A. son de buena calidad?
2. ¿Cada que tiempo solicita pedidos o servicios profesionales a la empresa?
3. ¿Cómo considera usted la atención recibida por parte de la empresa Loogika S.A.?
4. ¿Piensa usted que una planificación estratégica mejoraría el servicio que ofrece la empresa?
5. ¿Cómo cataloga los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa Loogika S.A. ?
6. ¿Al momento de comprar un producto o solicitar un servicio el asesoramiento por parte de la empresa es?
7. ¿La empresa es cumplida con todos sus servicios?
8. ¿Cómo cataloga el grado de desarrollo de la empresa Loogika S.A. en los últimos años?
9. ¿Cuál es el grado de satisfacción con los servicios que ofrece la empresa Loogika S.A.?
10. ¿Usted considera necesario que se pueda implementar una planificación estratégica acorde a las necesidades de la empresa?

ANEXO C: Entrevista gerente

Mejora tu futuro...conecta tu vida



1. ¿Es importante una planificación estratégica en una empresa?
2. ¿Cuenta la empresa con una planificación estratégica que permita el cumplimiento de los objetivos institucionales?
3. ¿Cuáles serían las ventajas de la empresa al contar con una planificación estratégica?
4. ¿Cuáles considera usted como amenazas y debilidades de la empresa?
5. ¿Cuál es la fortaleza más importante de la institución?
6. ¿Qué aspectos estratégicos considera usted Sr. Gerente serían importantes para una eficiente planificación?
7. ¿Qué le hace falta a la empresa para ser más eficientes y efectivos con la gestión?

ANEXO D: RUC



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 0591754165001

RAZON SOCIAL: LOOGIKA S.A.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO ABIERTO MATRIZ	FEC. INICIO ACT. 08/05/2019
NOMBRE COMERCIAL:		FEC. CIERRE:
		FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE COMPRA EN DERECHOS DE ACCESO Y CAPACIDAD DE RED A LOS PROPIETARIOS Y OPERADORES DE REDES Y UTILIZACIÓN DE ESA CAPACIDAD PARA SUMINISTRAR SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES A EMPRESAS Y HOGARES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: COTOPAXI Cantón: PUJILI Parroquia: PUJILI Barrio: JESUS DEL GRAN PODER Calle: JOSE JOAQUIN DE OLMEDO
Número: S/N Intersección: AV. VELASCO IBARRA Referencia: FRENTE A LA PLAZA SUCRE Email: williamsasig@gmail.com
Celular: 0968910449 Telefono Trabajo: 032724796 Telefono Trabajo: 032808677 Celular: 0992625321 Email: loogikasa@gmail.com

ANEXO E: Fotografias





