

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
VIDA NUEVA



**Diseño y Aplicación de un Plan Estratégico como Herramienta de
Crecimiento Microempresarial de Mister Android**

Presentado por:

Huaraca Valla Orlando Ángel

Tecnología Superior en Administración

Tutor:

Mba. Segura Bonilla Estefani Mishell

Junio 2022

Quito – Ecuador

Tecnología Superior en Administración
Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema : “Diseño y Aplicación de un Plan Estratégico como Herramienta de Crecimiento Microempresarial de Mister Android”, presentado por el ciudadano Huaraca Valla Orlando Ángel, para optar por el título de Tecnólogo en Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de junio de 2022.

Tutor: Mba. Segura Bonilla Estefani Mishell

C.I.: 175039352-0

Tecnología Superior en Administración
Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema:
“Diseño y Aplicación de un Plan Estratégico como Herramienta de Crecimiento
Microempresarial de Mister Android”, presentado por el ciudadano: Huaraca Valla Orlando
Ángel, facultado en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Huaraca Valla Orlando Ángel portador de la cédula de ciudadanía 1727263590, facultado de la carrera Tecnología Superior en Administración , autor de esta obra, certifico y proveo al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, usar plenamente el contenido de Este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Diseño y Aplicación de un Plan Estratégico como Herramienta de Crecimiento Microempresarial de Mister Android”, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de junio de 2022.

Huaraca Valla Orlando Ángel

C.I.: 1727263590

Dedicatoria

Dirigida a todas las personas que aportaron de manera positiva en el transcurso de toda mi carrera, con grandes consejos y palabras de aliento para continuar con todos mis proyectos en la vida y especialmente a mi mejor amiga que fue un pilar muy importante en los últimos semestres, para todos los maestros que tuve la dicha de conocerlos, gracias por su esfuerzo, paciencia, y consideración.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme en la vida, por guiarme a lo largo de toda mi existencia, por alejarme de todo ese mundo lleno de maldad y guiarme al camino de bien, gracias a mis padres: Narciso Huaraca y Carmen Valla, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis talentos, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

.

Índice de Contenido

Resumen.....	13
Introducción	15
Antecedentes.....	18
Justificación	19
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Capítulo I	21
Marco Teórico.....	21
Planificación Estratégica.....	21
Control	21
Filosofía Empresarial	22
Visión.....	22
Misión	22
Principios	23
Valores	23
Análisis Externo.....	24
Análisis Interno.....	24

Foda.....	25
Fortalezas	25
Debilidades	25
Oportunidades	26
Amenazas	26
Las Fuerzas Competitivas de Porter	26
Poder de Negociación de los Clientes.....	26
Poder de Negociación de los Proveedores	27
Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes	27
Amenaza de Nuevos Productos Sustitutivos.....	27
Rivalidad Entre los Competidores	28
Pestel.....	28
Factores Políticos	28
Factores Económicos	29
Factores Sociales.....	29
Factores Tecnológicos	29
Factores Ecológicos	30
Factores Legales.....	30
Efe.....	30
Efi.....	31

Matriz de Perfil Competitivo	31
Identificar los Factores Clave	31
Asignar Pesos a Cada Factor:	31
Asignar Ratings a Cada Empresa.....	31
Calcular el Rating Final de Cada Empresa	32
Comparar los Puntajes Finales y Tomar Medidas	32
Mapa Estratégico	32
La Perspectiva Financiera	32
La Perspectiva del Cliente	33
La Perspectiva de los Procesos	33
La Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento.....	33
Capítulo II.....	34
Metodología y Desarrollo del Proyecto	34
Metodología	34
Diseño Metodológico.....	34
Técnicas de Recolección de Datos.....	35
Técnicas Estadísticas Para el Procesamiento de la Información	35
Variables	36
Diseño Muestral	37
Diseño de Encuesta.....	38

	10
Desarrollo del Proyecto.....	42
Reseña Histórica	42
Identidad Cooperativa.....	42
Análisis Situacional	47
Foda.....	51
Matriz FODA	54
Matriz de Correlación FODA	56
Matriz de Aprovechabilidad	60
Matriz de Vulnerabilidad	63
Plan de Acción	65
Capítulo III.....	71
Propuesta.....	71
Ejecución Estrategia Número 1	74
Objetivo.....	74
Comparación Ganancias Netas Enero y Febrero	80
Conclusiones	81
Recomendaciones	82
Referencias Bibliográficas	83
Anexos	84

Índice de Figuras

Figura 1 Logo de mister android.....	42
Figura 2 Diseño de flyers.....	75
Figura 3 Diseño final del documento pdf “descuentos especiales”	76
Figura 4 Impresión de folletos	77
Figura 5 Comparación de ganancias netas enero a febrero	80

Índice de Tablas

Tabla 1 Variable dependiente e independiente	36
Tabla 2 Matriz foda.....	54
Tabla 3 Matriz de correlación foda	56
Tabla 4 Matriz de aprovechabilidad.....	60
Tabla 5 Matriz de vulnerabilidad	63
Tabla 6 Plan de acción	65
Tabla 7 Reporte de ganancias netas del mes de enero	71
Tabla 8 Balance general enero	73
Tabla 9 Reporte de ganancias netas del mes de febrero	78
Tabla 10 Comparación ingresos netos enero a febrero	80

Resumen

El presente trabajo tiene la finalidad de diseñar un plan estratégico para el posicionamiento de mister android en el mercado, actualmente el negocio lleva 1 año de funcionamiento, pero tiene la gran ambición de expandirse por toda la ciudad como una de las mejores tiendas tecnológicas, siempre con el objetivo de satisfacer de manera completa todas las necesidades de sus clientes, la única forma de lograr esto es simplemente con la correcta aplicación de nuevas estrategias que permitan el crecimiento de sus ingresos netos y así convertirse en un negocio rentable a largo plazo ya que hoy en día la era tecnológica ha tenido un impacto positivo en las empresas.

La necesidad que se tiene de permanecer conectados de manera virtual ha generado un cambio trascendental en nuestras vidas y en el de las organizaciones, simplemente la tecnología se ha convertido en un factor clave para el crecimiento, la aplicación está modificando la manera tradicional en que operaban los negocios, sin embargo el ritmo de evolución es distinto dependiendo al sector al que se dediquen, pero algo si algo queda claro es la certeza de que en pocos años los aparatos electrónicos se apoderaran del mundo y aquella empresa que no puedan adaptarse y quedará obsoleta está destinada simplemente a desaparecer, en los hogares es la misma historia, iniciando por la educación que hoy en día es indispensable contar con un celular o a una tablet para completar sus estudios de manera efectiva, los celulares se han convertido en una herramienta de trabajo y no simplemente con un lujo como fue en el pasado, esto ayuda de gran manera mister android ya que cuenta con una población súper grande de clientes potenciales para ofertar todos sus productos y servicios.

Palabras Clave: Estrategia, Microempresa, Marketing, Calidad, Plan estratégico, Meta, Objetivo.

Abstract

The present work has the purpose of designing a strategic plan for the positioning of mister android in the market, currently the business has been in operation for 1 year, but it has the great ambition of expanding throughout the city as one of the best technological stores, always with the objective of completely satisfying all the needs of its clients, the only way to achieve this is simply with the correct application of new strategies that allow the growth of its net income and thus become a profitable business in the long term since Today the technological age has had a positive impact on businesses.

The need to stay connected virtually has generated a transcendental change in our lives and in that of organizations, technology has simply become a key factor for growth, the application is modifying the traditional way in which they operated. business, however the pace of evolution is different depending on the sector in which they are dedicated, but one thing is clear is the certainty that in a few years electronic devices will take over the world and that company that cannot adapt will become obsolete it is simply destined to disappear, in homes it is the same story, starting with education that today it is essential to have a cell phone or a tablet to complete your studies effectively, cell phones have become a work tool and not simply with a luxury as it was in the past, this helps a lot mister android since it has a super population large number of potential customers to offer all your products and services.

Keywords: Strategy, Microenterprise, Marketing, Quality, Strategic plan, Goal, Objective.

Introducción

Actualmente las empresas se encuentran en una disputa interminable por liderar el mercado que cada día es más exigente, la empresa que no posea una visión clara de su futuro quebrará en pocos años, los tiempos han cambiado y la forma tradicional de expansión quedó obsoleta, así como la forma de hacer publicidad se pasó a un mundo más tecnológico y al alcance de todos por esta misma razón se hace más difícil competir en un mundo más globalizado, es indispensable desarrollar un plan estratégico que ayude a competir y crecer con el negocio. La parte más importante de la administración en una empresa es crear un plan estratégico de manera exitosa ya que de esto depende el crecimiento o el fracaso, de esta forma se puede maximizar todo el potencial de la organización con la optimización de recursos y el incremento de sus ventas.

Mister android, es un negocio que se dedica a la venta de accesorios para celulares y computadoras, que busca el crecimiento micro empresarial para esto ha tomado la decisión de crear nuevas formas de expandirse mediante el diseño y la aplicación de un plan estratégico, al realizar la investigación de mercado pudo observar que al tipo de mercado al cual se enfrenta es uno con una expansión impresionante y que nunca dejará de crecer.

En el capítulo uno, se recopila toda la información necesaria sobre la planificación estrategia, las ventajas y desventajas que posee la elaboración y ejecución de estrategias en una empresa, continuamente lo indispensable que es aplicar los 4 principios de la administración como son la planificación, organización, dirección y el control, que todas conforman un espíritu de trabajo logrando el correcto funcionamiento de cualquier organización sin importar a que ámbito se dediquen ni el tamaño.

Existen miles de cosas importantes en una organización, pero principalmente es la correcta elaboración de la visión por el simple hecho de que es el objetivo que se ha trazado la empresa a un corto y largo plazo, esto se cumplirá mediante la elaboración y el desarrollo de las estrategias, la misión es una carta de presentación ante el público ya que habla de forma escrita las actividades que desarrolla dentro de la organización y que ofrece al público en general.

En el capítulo dos, para iniciar con la construcción del plan estratégico se realizó una encuesta a 21 personas que constan como clientes en la base de datos con preguntas planteadas minuciosamente para obtener información que ayudó a identificar algunos errores que ocurren dentro de la organización y de la misma forma las fortalezas que poseen.

En el siguiente capítulo se realizó un análisis más profundo de la empresa tanto como sus bases legales, la forma en que operan, cuáles son sus márgenes de ganancia mensuales y algunas de las pérdidas que tuvieron recientemente, una reseña completa de cómo fueron sus inicios y como crecieron en el tiempo aliándose con nuevas marcas de productos, las ventajas que ayudaron a expandirse con una nueva sucursal en la Martha Bucaram y así mismo las desfavorables condiciones que intervinieron para el cierre y cambio a un nuevo sector.

La creación de la visión y misión se la realizó mediante una serie de preguntas formuladas al dueño, esta parte es de suma importancia porque prácticamente es donde se describe a dónde quiere llegar la empresa y como quiere lograr hacerlo, juntamente con sus políticas, valores y principios bien establecidos.

Continuamente se realizó un análisis detallado de la situación actual de la empresa, iniciando por la parte externa que corresponde al macro entorno, son todos los factores que la organización no puede controlar, pero si afecta tanto de manera negativa y positiva en ella como, de igual formas todos aquellos factores internos que la empresa si puede controlar que

corresponde al micro entorno, todo esto ayuda a la identificación correcta de todas la fortalezas, debilidades, oportunidades ya amenazas que conformas la matriz foda, de esta forma se pudo elaborar nuevas estrategias a corto y largo plazo que ayudaran a disminuir el impacto de las amenazas y debilidades y potenciar al máximo nivel sus fortalezas y oportunidades.

En el capítulo tres, la primera estrategia que se ejecuto fue crear una campaña de publicidad mediante las redes sociales como whatsapp en el que se envió un documento pdf con las promociones mensuales a todos los clientes para incrementar el flujo de compradores, se tomó la decisión de que esta fuera la primera estrategia median la elaboración de la matriz de vulnerabilidad en el cuales indican cuales son las debilidades y amenazas más urgentes a resolver o disminuir su impacto, conjuntamente con la aplicación de la matriz de aprovechabilidad que ayuda a identificar cuáles son las fortalezas y oportunidades principales a utilizar para el bien de la organización. Para finalizar se definieron las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó después del desarrollo de la investigación.

Antecedentes

Etimológicamente la palabra estrategia proviene del griego *strategia*, que significa "actitudes de un general", acaudillar, que no es más que "planificar la destrucción de los enemigos en razón eficaz de los recursos".

La empresa tradicional no tiene definido un plan estratégico ya que el liderazgo y la organización solo se basaban en un enfoque empíricos, esto cambio a inicios del siglo xx con la teoría científica de frederick taylor, que tiene su base en métodos y leyes científicas que permiten aprovechar, de una mejor forma, la jornada laboral evitando pérdidas de tiempo y dinero en el proceso de producción, las empresas industriales cambiaron la forma de trabajar de una planificación empírica a darse cuenta que podrían explotar su productividad al máximo nivel.

La planificación estratégica también ha sido abordada por varios teóricos en el mundo de la administración entre ellos entre ellos Ansoff. (Márquez EA. 2011). Esta se involucró por primera vez en el año 1950 cuando propuso a varias empresas de su país cambiar la forma tradicional como se planificaban sus recursos a generar un tipo de planificación formal o como también se lo apodo como la planificación a largo plazo, aquellas empresas que decidieron participar en este tipo de planificación tuvieron grandes cambios de manera inmediata incrementando los niveles de producción y generando más ventas del producto.

En toda la historia de la planificación se puede notar que siempre tiene un objetivo y es el del cambio para mejorar el bienestar de sus organizaciones, hoy en día todas las empresas sin importar al ámbito que se dediquen aplican estrategias para competir en un mercado tan globalizado ya que de esta forma lograr generar mayor márgenes de ganancias, una empresa que planifique está destinada a desaparecer en el tiempo sin importar lo grande que sea, ya que solo basta de una mala decisión para ocasionar el quiebre y cierre se sus puertas.

Justificación

El presente trabajo desea encontrar las estrategias necesarias para que el negocio pueda llegar a crecer de manera rápida y competir en el mercado, con la ejecución de las diferentes herramientas administrativas que permitan identificar las falencias que presenta actualmente Míster Android, en la parte interna no cuenta con una administración correcta de sus recursos, la visión y misión no se encuentran bien elaboradas, la poca planeación, organización y control afectan el día a día de todas sus ventas, de manera externa se puede comentar que existe un gran número de competidores operando en la zona ofreciendo los mismos productos a precios más bajos así dañando el mercado y los márgenes de ganancias, es necesario estudiar el comportamiento de todos los clientes, esto ayudara a encontrar una explicación de cómo efectuar un buen plan estratégico, para iniciar es necesario identificar todo el entorno, visualizar de manera detallada como está marchando actualmente el mercado en el mundo, conjuntamente con la creación de las metas y objetivos a corto y largo plazo.

también es indispensable realizar un análisis interno del negocio para llegar a crear las estrategias necesarias que ayuden al crecimiento sin olvidar el control y seguimiento de los cambios realizados, es primordial cumplir todas las necesidades de los clientes, de esta manera se puede comprobar la gran importancia que existe en los negocios la correcta aplicación de las diferentes estrategias administrativas.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan estratégico para el negocio MISTER ANDROID, que permita posicionarse como una de las mejores tiendas tecnológicas de la ciudad de Quito en menos de 3 años.

Objetivos Específicos

- Analizar de manera interna el manejo de todas las operaciones de Míster Android, determinando cuales son los factores que afectan y limitan su crecimiento.
- Identificar las estrategias esenciales que deben ser aplicadas en el negocio mediante el uso de las herramientas administrativas.
- Desarrollar el plan estratégico para el negocio Míster Android a través de la identificación de la situación actual del negocio en el mercado.

Capítulo I

Marco Teórico

Planificación Estratégica

En las empresas siempre existe la necesidad de seguir innovando, un plan estratégico es un modelo de aplicación que combina un determinado orden secuencial de actividades para llegar a cumplir los objetivos planteados.

Según Sainz, José. (2012) el plan estratégico “constituye la herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy (es decir en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés.” (p.30).

Se compone de un procedimiento de pasos que hay que cumplir con la gran meta de llegar a cumplir el objetivo general, lógicamente cumplimiento antes con los objetivos específicos, es necesario que no supere un tiempo de alrededor de unos pocos años, siendo la cifra más efectiva 2 a 3 años, en si es una herramienta administrativa muy utilizada por las empresas para desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento de ella, por lo general el cumplimiento de la visión.

Control

Una parte indispensable del proceso administrativo ayuda de manera esencial en la aplicación de nuevas estrategias, en si el control es una evaluación y medición de los procesos o la ejecución de los planes con el gran objetivo de encontrar y prevenir algún tipo de factor que este desviando el cumplimiento de las estrategias, al momento de controlar se puede encontrar

los errores, permite que todas las actividades y procesos de la compañía se efectúen correctamente.

Es necesario que toda empresa tenga un efectivo control administrativo para asegurar su correcto funcionamiento y eficiencia, esto permitirá lógicamente que pueda incrementar sus ganancias mejorando su utilidad neta.

Filosofía Empresarial

Visión

Para poder desarrollar correctamente la visión de una empresa es necesario conocer de manera detallada la estructura organizacional, con los recursos que se dispone, en si describe una expectativa que tiene la empresa en el futuro, responde a muchas preguntas como; como se ve la empresa en algunos años, cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo, como desea que la empresa se vea en un futuro, una vez analizado todas estas preguntas y respondiéndola de una forma real y sin exagerar se puede iniciar con la elaboración de la visión.

El concepto de la visión está presente como una parte súper importante del plan estratégico ya que de ella surgen los objetivos y consecutivamente los siguientes pasos, cabe indicar que en algunas ocasiones puede ser modifica de manera diminuta para corregir algunos temas, pero no es lo aconsejable ya que modificaría los demás pasos y provocaría un caos total. Reúne la situación deseada por la empresa, no debe ser una ilusión o algo imposible de lograr, en si debe ser un planteamiento totalmente real y que se pueda cumplir.

Misión

Se puede resumir en pocas palabras que es la razón de ser de la empresa, está enfocado en el cumplimiento de los objetivos del presente, es de gran importancia que este planteada correctamente, existen varias preguntas que se pueden realizar para elaborarla de forma correcta

como; por qué haces lo que haces. Por qué motivo creaste la empresa, que hace la compañía, porque te diferencias del resto de compañías.

La importancia simplemente se debe a que pertenece a la planificación estratégica, así como la visión debe estar bien planteada ya que de esto también depende el éxito de crear un plan estratégico que tenga éxito, o simplemente la creación errónea de la misión lleve a que la empresa no pueda salir adelante, también se puede mencionar que la mayoría de veces es utilizada para hacer marketing.

Principios

Toda empresa debe poseer sus principios bien establecidos por que es la cara que presenta al mundo y como el mercado lo ve, simplemente es un grupo de creencias y valores que sirven para orientar a la organización.

Son elementos propios y que caracterizan a cada empresa, prácticamente es una descripción de como manejan las operaciones en la parte intangible, también ayuda a la empresa al posicionamiento en el mercado y en su rendimiento económico.

Valores

Es un conjunto de principios éticos y profesionales mediante la empresa opera en el mercado y de alguna manera ayuda a fortalecer el espíritu de ella misma, los valores son como la personalidad de una compañía, para la elaboración de los valores es necesario realizar algunas preguntas como; en que cree la empresa, si la empresa fuese un individuo, como seria. Un conjunto de valores bien elaborados da como resultado la clave para informar al equipo las expectativas éticas y profesionales.

Análisis Externo

El objetivo es lograr conocer la situación real de todos los factores fuera de la empresa que de una u otra manera pueden favorecer o perjudicar a la organización, entre ellas se puede encontrar todas las oportunidades y amenazas, es importante identificar de manera correcta con el propósito de fortalecer a la empresa.

Los factores para analizar son los siguientes:

- Los clientes potenciales
- Posibles proveedores
- Empresas de la misma categoría o similar producción
- Tecnologías de aplicación a la empresa
- Zonas de comercialización, entre otros

Análisis Interno

Tiene como fin analizar e identificar todos los factores de la organización que pertenezcan al micro entorno como son las fortalezas y debilidades, es de suma importancia realizarlo de manera correcta ya que esto ayudará en el futuro a la elaboración de nuevas estrategias que potencien las fortalezas y disminuyan el impacto de sus debilidades.

Los factores internos para analizar son los siguientes:

- Clasificación de la empresa
- Ubicación geográfica
- Recursos
- Activos físicos
- Reputación en el mercado
- Tecnologías y desarrollo tecnológico

- Capital humano, entre otras

Foda

Según Dyson (2004), el análisis FODA (también conocida como DOFA, FODA, MAFE en español y SWOT en inglés) es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa.

La matriz foda es una herramienta de análisis que ayuda a entender la situación actual de una empresa, pero también puede ser aplicada en cualquier situación, persona o productos, por eso es una de las herramientas más utilizadas a la hora de elaborar estrategias empresariales, ya brinda una visión clara de todas las cosas buenas y malas, es prácticamente como tomar una radiografía de toda la empresa, de las muchas variables que se presentan al momento de analizar solo es necesario tomar las más importantes y relevantes.

Fortalezas

Es la parte interna de la empresa, son todas las ventajas que posee la empresa frente a sus competidores, en si son todas las capacidades especiales que construye una organización, son todos los recursos tecnológicos, maquinaria o herramientas únicas que poseen en sus manos y que ninguna otra entidad puede tenerlo, es necesario elaborar de manera clara las fortalezas más importantes ya que de esto depende el éxito de la matriz a elaborar.

Debilidades

Son las partes en desventaja que tiene la compañía, son todas las cosas negativas, los procesos defectuosos que afectan al crecimiento y expansión, son las partes que carece y que podrían provocar el cierre del negocio, pueden ser en muchas ocasiones la falta de habilidades y experiencia, es importante que esto no lo pueda conocer la competencia por que podría lanzar

estrategias en contra de la empresa y así superarlo en el mercado o en casos más extremos llevarlos a la quiebra definitiva.

Oportunidades

El macroentorno de una empresa, son todos los aspectos que no controla la empresa, pero podría influir positivamente para el crecimiento de ella, si se aprovecha adecuadamente y podrían otorgar una gran ventaja en el futuro con todos nuestros competidores directos.

Amenazas

Todo negocio está ubicado en un territorio físico y si en un caso tuviese una tienda totalmente virtual también siempre existirán muchos factores externos que podrían afectar de manera directa negativamente y en casos extremos llevarle a que pierdan dinero o en un caso extremo a su cierre definitivo.

Las Fuerzas Competitivas de Porter

Es una metodología que ayuda a una empresa que está empezando a realizar una investigación de todas las oportunidades y amenazas en un determinado lugar para comprar si el lugar será rentable o carece de futuro, en función de la estructura del mercado.

Poder de Negociación de los Clientes

Porter, M. E. (2005) Estrategia competitiva “cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios.” (p.81).

Los clientes son los que mandan, ellos pueden decidir el futuro de una empresa de manera literal, por eso es de suma importancia cuidar todos los factores de relación directa con los clientes. Esta situación se hace más visible si existen varios proveedores potenciales, por eso es necesario siempre estar innovando y no quedar obsoleto ofreciendo un bien u ofertando un servicio.

Poder de Negociación de los Proveedores

La calidad de un producto influye entre los procesos y la materia prima por esto es necesario que una empresa siempre cuente con buenos proveedores no tanto solo en los precios sino también en una buena calidad de materia prima, si es una empresa comercial deberá encontrar un buen proveedor que proporcione siempre productos de buena calidad, lo que una empresa puede realizar para mejorar es aumentar una cartera más extensa de proveedores, una idea súper buena para una empresa de producción podría ser empezar a fabricar su propia materia prima y así generar más ingresos netos.

Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes

En un mercado tan cambiante cada día nace una nueva empresa que empieza a competir con nuevas estrategias, la gran desventaja para algunos negocios es que cuando una gran empresa logra una producción a gran escala lógicamente podrá reducir el costo final a los clientes y por ende los clientes siempre van a preferir el producto más barato e incluso si solo existe unos centavos de diferencia.

Amenaza de Nuevos Productos Sustitutivos

Un mercado o segmento no será muy llamativo si existe la producción de nuevos productos innovadores, por lo general todas las empresas siempre están buscando sobresalir de las demás creando un valor agregado a un producto o servicio, la importancia radica en que el mundo cambia a cada segundo y una empresa no puede quedar obsoleta, debe innovar y pensar en el futuro. Toda organización siempre debe mejorar completamente los canales de venta, mejorar su publicidad con buenas campañas de marketing, pero se debe mejorar la calidad del producto en pocas palabras permanecer en un ciclo de mejora continua.

Rivalidad Entre los Competidores

Todo producto o servicio siempre tendrá competidores directos e indirectos que estén intentando de superarlo, de una u otra forma esto es bueno ya que hace que todas las compañías estén creando nuevas estrategias o mejorando la calidad del producto, realizando las siguientes actividades como por ejemplo aumentar las campañas de marketing, rebajas los precios, asociarse con otras organizaciones, mejorar la experiencia del usuario, pero sobre todo agregar un valor extra al producto.

Pestel

Es una herramienta administrativa que ayuda a la identificación de las fuerzas externa de una empresa al nivel macro que influyen de manera directa y pueden ayudar o perjudicar en su crecimiento, la palabra pestel es un acrónimo que viene de los siguientes términos externos como son; políticos, económicos, sociales, tecnológicos, económicos y legales. Por esto es una de las herramientas más utilizadas en el mercado ya que de esto inicia la creación de las estrategias de la empresa para resolver la mayoría de los problemas que provienen de la parte externa.

Factores Políticos

Se analiza toda la constitución y leyes de un país, por ejemplo, los nuevos impuestos que están apareciendo o como en el ejemplo de Ecuador el incremento o disminución de los valores a pagar al SRI, otro factor podría ser todas las tasas a pagar al momento de importar productos desde el exterior, ya que estos factores favorecen de manera significativa al crecimiento de una empresa, la política de un país siempre esta constante cambio esto quiere decir que una empresa podría llegar a aumentar los costos de productos o gastos, para deberá subir el precio del producto o servicio.

Factores Económicos

Actualmente el mundo en que vive una crisis mundial por la pandemia que inició en enero del 2020, se debe recordar que esto no es para siempre, pero una empresa debe cambiar su forma de trabajar en estos, como por ejemplo con el teletrabajo, otros de los factores externo que también influyen podrían ser como por ejemplo la inflación, o simplemente las tasas de intereses de un banco donde se quiere adquirir un crédito o en este caso si incrementa el sueldo básico de los empleados.

Factores Sociales

El análisis es una herramienta completa por esto trae también un análisis de todos los factores sociales o culturales que afecta a una empresa, como los cambios en sus hábitos de consumo, en muchos casos esto sucede porque la mayoría de productos se quedan obsoletos en el tiempo y por lógica nadie ya no los consume y desaparecen en el tiempo o simplemente aparecen productos que sustituyen a otros creando una moda y la gente empieza a comprarlos por adaptarse a un cambio social y en otros casos como un ejemplo podría ser por ejemplo que las personas se convierten en vegetarianos y ya no empiezan a consumir productos que contengan carne afectando así a miles de locales de abasto y comedores.

Factores Tecnológicos

El mundo se encuentra en una nueva revolución que es la tecnológica, en esta parte una empresa podría utilizarlo a su favor como por ejemplo mejorando su maquinaria, sus sistemas de contabilidad y un sin número más de posibilidades que ayudan a optimizar los recursos y a disminuir los tiempos, de esta forma se puede generar más utilidad.

Factores Ecológicos

Son factores que involucran el cuidado del medioambiente, desde la parte en que las empresas contaminan el planeta con sus industrias y el uso de la materia prima en exceso, esto provoca el incremento de los costos de producción, como por ejemplo en una empresa que se dedica a la producción de productos de madera en la que su principal materia prima es los árboles, si la materia prima escasea podría generar un incremento en el costo de producción y lógicamente el aumento del producto final.

Factores Legales

Otro de los más importantes que no se puede olvidar son los legales de un país, como por ejemplo las leyes que afectan a una empresa y detienen su crecimiento, como por ejemplo una nueva reforma que regule el empleo aquellas que cambian las normas de seguridad laboral. También es importan que todos los papeles de operación se encuentren en regla ya que con esto se podrá tener un respaldo si alguna otra empresa quiere copiar el producto.

Efe

Es muy utilizada para el diagnóstico que ayuda a estudiar todos los aspectos exteriores de la empresa que pueden detener su crecimiento o ayudara crear mayor utilidad en su capital, es muy utilizada para la creación de estrategias por la razón de que es un estudio demasiado detallado que encuentras hasta el más mínimo factor. Para elaborarlo todo el equipo de trabajo deben participar para elaborar una lluvia de ideas e ir descartando las menos importantes.

Efi

Es una herramienta administrativa muy utilizada en las industrias para la creación de estrategias y fortalecer las empresas ya que se trata de una auditoria detallada de todas las operaciones internas tanto como los lados positivos y negativos. Esto es importante antes de lanzar cualquier estrategia al mercado ya que proporciona información clara de los recursos que posee o carece en la actualidad.

Matriz de Perfil Competitivo

Ayuda a identificar los principales competidores de la empresa, también como sus fortalezas y debilidades, muestra de manera detallada en qué posición se encuentra la empresa en el mercado con un análisis interno y externo su forma de elaborarlo es de la siguiente manera:

Identificar los Factores Clave

Para iniciar se debe tomar en cuentas las partes más fuertes que posee la empresa frentes a sus competidores, lógicamente cambiara mucho dependiendo al nivel de industria al que pertenezca, es posible identificar esa factor o cosa que ha llevado a otras empresas a triunfar o que otras fracasen y que se puede aplicar también en la compañía.

Asignar Pesos a Cada Factor:

Continuamente es de suma importancia identificar de manera detallada los factores más importantes y que están ayudando al crecimiento. Los pesos deben sumar 1.

Asignar Ratings a Cada Empresa

Se necesita analizar el rendimiento de todas las compañías en cada factor interno, entre ellas puede ser la producción, la publicidad, se pueden tomar diversas estrategias para obtener un rating, el cual puede ser subjetivo.

Calcular el Rating Final de Cada Empresa

Simplemente en este paso se debe realizar el cálculo en una suma simple de los resultados anteriores, para obtener la información de los más importantes.

Comparar los Puntajes Finales y Tomar Medidas

En la parte final la empresa revisa todos los resultados y genera nuevas estrategias para competir de manera efectiva en el mercado, es recomendable que todas las empresas realicen una matriz de nivel competitivo de manera concurrente por lo menos unas 2 veces al año o como la parte administrativa lo decida.

Mapa Estratégico

Proyecta una la situación real de todas las estrategias que la empresa desea aplicar próximamente, en si proyecta una relación entre las causas y efecto que ocurrirá al momento de ejecutar una estrategia, como por ejemplo las ventajas o los riesgos que podría implicar la ejecución de cada una de las estrategias, el objetivo principal es la perspectiva de la parte financiera o conocida como al económica, el de los clientes, todos sus procesos y al final sin olvidar del aprendizaje y el crecimiento.

Es de suma importancia ya que con esto cada empleado puede conocer de manera clara y detallada las estrategias que se están desarrollando dentro de la organización y también proporciona una idea a las personas de que cada una de las partes de la empresa es de suma importancia para el crecimiento de ella, esto genera motivación y que puedan realizar de mejor manera su trabajo.

La Perspectiva Financiera

Proporciona una descripción clara de las estrategias con una serie de indicadores como el retorno de inversión, las ganancias netas, el margen de utilidad entre muchos más, estos

indicadores muestran un panorama muy visible del presupuesto con el que cuenta la empresa y el objetivo a alcanzar con las estrategias en ejecución.

La Perspectiva del Cliente

Es imposible olvidar esta perspectiva, aunque la mayoría de las organizaciones en muchos casos no le dan tanta importancia, en toda compañía que se dedica a producir bienes u ofertar servicios el que manda es el cliente por eso es de suma importancia poder cumplir con todas sus necesidades y satisfacerlas, cómo ve el producto y si está cubriendo su necesidad de manera efectiva.

La Perspectiva de los Procesos

Toda empresa posee una serie de procesos dependiendo a lo que se dedique, por ejemplo, una empresa que se dedica a la fabricación de productos alimenticios se centrara en el sabor, entonces se concentraran mayormente en mejorarlo y cuidar su calidad, pero muchas veces descuidan los otros procesos que son como el administrativo y el de publicidad, debe existir un equilibrio entre todos ellos para garantizar la efectividad del trabajo.

La Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento

Es necesario que la empresa este siempre en una mejora continua, es muy cierto que las estrategias ayudan al crecimiento, pero también siempre se debe probar nuevas e ir innovando constantemente, gracias a esta perspectiva se puede conocer de manera detallada cada puesto de trabajo y todos los procesos creadores de valor dentro de la compañía.

Capítulo II

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Metodología

Pregunta de estudio

¿La aplicación de un plan estratégico ayudará al crecimiento microempresarial del negocio Mister Android?

Diseño Metodológico

El presente trabajo, se compone de un tipo de investigación descriptiva por la razón de que propone respuestas a una situación desfavorable que impide el avance y crecimiento de una organización, la investigación descriptiva ha sido tomada en cuenta como modelo de estudio debido a que describe una problemática con sus posibles soluciones, para iniciar es necesario plantear de forma adecuada y concisa las preguntas de la investigación, está claro que el objetivo es lograr mejorar el crecimiento del negocio Mister Android implementando un plan estratégico, de esta manera es muy sencillo continuar con el camino para llegar a lo que realmente se está buscando, continuamente hay que elegir el método y que indicador a utilizar para de esa forma analizar y al final interpretar con los datos en la mano y ofrecer una mejorar continua con todo lo estudiado.

Interviene un enfoque cuantitativo con la recolección de datos y número pero también no se olvida visualizar el negocio de una manera cualitativa, como en el caso de la investigación cuantitativa se trata de la recolección de información y datos de todos los procesos internos y externos del negocio utilizando diferentes instrumentos de recolección para una medición y al final concluir con un análisis estadístico resolviendo efectivamente el problema concreto, la investigación cualitativa es un proceso flexible que se basa en la lógica y proceso inductivo se

trata en observar de manera detallada como se manifiestan los problemas e inconvenientes que obstaculizan la expansión del negocio, para esto es necesario utilizar varias técnicas de recolección de datos como las entrevistas, observación no estructurada, revisión de documentos, discusiones en grupo, evaluación de experiencias entre muchas más.

Como instrumento de investigación se utiliza la encuesta que ayuda a la recolección de datos y al análisis estadístico, por ello es deductivo. En este caso se debe observar, medir y manipular las variables.

Técnicas de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos es la encuesta, mediante la web se procederá a realizar una encuesta de atención al cliente a cada persona registrada como cliente en la base de datos de Mister Android, dicha base de datos fue realizada con las compras que superan un valor de 30.00 dólares y a personas que realizaban compras de manera frecuente.

La entrevista es una técnica súper importante en esta investigación ya que mediante una entrevista de manera personal a todos los clientes de Mister Android, se determina el grado de satisfacción que todos los clientes tienen sobre la atención que reciben al comprar sus productos tecnológicos y también se identifica las posibles mejoras o recomendaciones que tienen que comentar los clientes.

Técnicas Estadísticas Para el Procesamiento de la Información

Para la tabulación de los datos arrojados dentro de las encuestas se utilizará el programa Microsoft Excel que es de fácil manejo y con una interface que es muy adecuada, también ayudará a la proyección de los gráficos para visualizar de mejor manera los resultados de las encuestas, finalmente se realizará el uso de Word para detallar de manera eficaz los resultados finales obtenidos en las encuestas enviadas a cada uno de los clientes.

Variables

¿La aplicación de un plan estratégico ayuda al crecimiento micro empresarial del negocio

Míster Android?

Tabla 1

Variable dependiente e independiente

VARIABLE	TIPO	INDICADORES	SUB INDICADORES
			-posicionamiento en el mercado
		-Objetivos	
Diseño del plan estratégico	Variable independiente	-Estrategias	-objetivos alcanzados
		-Mercado	-estrategias implementadas
		-Competencia	
Crecimiento microempresarial	Variable dependiente	-Nivel de ventas	-ventas anuales
		-Rentabilidad	-Ganancias netas

Nota. Esta tabla muestra que el diseño y aplicación de un plan estratégico podría mejorar el desempeño organizacional del negocio mister android.

Diseño Muestral

La población y muestra en la presente investigación se tomó en cuenta a 950 clientes que están registrados en la base de datos de Mister Android que está ubicado en Guamani y su horario de atención es de 9:00am a 18:00pm, la encuesta será enviada a sus whatsapp personales y continuamente se procederá a calcular los resultados.

Población: clientes

Clientes: 950

Cálculo de la muestra

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

Dónde:

n=?

N= 950

Z= 1,96

p= 90

q= 1,65

e= 5%

Muestra= 21

Diseño de Encuesta**MISTER ANDROID**

Llevamos la tecnología a tus manos

Ruc: 1727263590001

Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado y Antonio prieto

Teléfono: 0980172241

correo: Misterandroid@hotmail.com

ENCUESTA DE SATISTACIÓN AL CLIENTE**OBJETIVO**

Obtener un conjunto de información detallada, actualizada, fidedigna y completa de todos los factores positivos y negativos del negocio “Mister Android” para desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento de ella en el mercado.

TEMA: Atención al cliente

INDICACIONES

Lea detenidamente cada ítem. es muy fácil de responder, en la mayoría de las preguntas se le pide que elija entre varias posibilidades, entonces sólo tendrá que subrayar la opción que haya elegido de las respuestas.

1) ¿Cómo califica la atención que recibe al momento de comprar un producto?

- a) Mala
- b) Buena
- c) Muy buena

2) Considerando las siguientes opciones, ¿cuál cree que son las características que tenía el representante de servicio al cliente que te atendió?

- a) Paciencia.
- b) Conocimiento del producto y de la marca.
- c) Entusiasmo.
- d) Cortesía.
- e) Amabilidad.
- f) Capacidad de respuesta.

3) ¿Qué tan satisfecho está con nuestros productos?

- a) Muy insatisfecho
- b) Insatisfecho
- c) Satisfecho
- d) Muy satisfecho

4) La accesoria y soporte online resolvió las dudas o problemas que presentó con algún producto?

- a) Nunca me respondieron
- b) Me respondieron, pero no resolvieron
- c) Resolvieron mi problema

5) ¿Su problema fue resuelto por nuestro representante de servicio técnico de manera efectiva?

Responda si solo fue atendido por nuestro servicio técnico

- a) Sí
- b) SI, pero tomó demasiado tiempo
- c) No
- d) No y tomó demasiado tiempo

6) ¿Por qué razón realizó su primera compra en nuestros locales?

- e) a) buscaba un producto y pase por el local
- f) b) recomendación de un familiar o amigo
- g) c) promoción de Facebook

7) ¿Qué es lo que más te gusta de nuestro local?

- a) Atención al cliente
- b) costo
- c) promociones
- d) diseño

8) ¿Cuál es la marca de celulares más utilizada por tus familiares y amigos?

- a) Samsung
- b) Xiaomi
- c) Iphone
- d) Huawei
- e) Realme

9) ¿Qué es lo más importante al comprar un producto tecnológico?

- a) precio
- b) durabilidad
- c) facilidad de uso
- d) marca.

Desarrollo del Proyecto

Reseña Histórica

Míster Android nace un 20 de enero de 2021 en la ciudad de Quito, para ser más exacto en Guamani, al principio solo distribuían productos dirigidos únicamente a los celulares, continuamente implementando también la venta de accesorios y repuestos para computadoras, el 25 de marzo empiezan a brindar un nuevo servicio de reparación de celulares móviles, todo lo que tiene que ver con software y hardware, en abril DEL MISMO AÑO se registran de manera oficial y patentan su nombre y slogan, en el mes de marzo generan convenios con la marca “LDNIO” en el cual firman un convenio para convertirse distribuidores autorizados de la marca, hoy en día cuentan con el respaldo para la distribución de grandes marcas como Samsung, iPhone, huawei, xiaomi, realme, Sony. El 08 de enero del 2022 abren sus puertas de manera oficial en la AV. Martha Bucaram Roldos y Emilio Uzcategui, con gran aceptación del público del sector.

Identidad Cooperativa

Logo

Figura 1

Logo de mister android



Nota. El logo fue diseñado de manera estratégica para llamar la atención de todas las edades y targets.

Slogan

Llevamos la tecnología a tus manos

Visión**Describir las preguntas****1) ¿Cómo será tu empresa en algunos años?**

La marca número preferida por los clientes para adquirir productos tecnológicos.

2) ¿Cuáles son tus metas a corto, medio y largo plazo?

Ampliar nuestra gama de productos, abrir 1 nueva sucursal en el centro del Quito e importar directamente productos desde el exterior.

3) ¿Cuáles serán los valores y actitudes clave de la empresa?

La honestidad y la sinceridad con nuestros clientes en cada una de las reparaciones de sus equipos tecnológicos y de computación.

4) ¿Qué quieres que opinen en un futuro las personas de tu empresa?

Que es la tienda tecnológica con la mayor variedad de productos y calidad, con los precios más espectaculares del mercado con una gran accesoria y soporte.

5) ¿Qué aspectos para crecer te gustaría conseguir?

Lo más ideal para el negocio sería convertirse en importador directo del 100% de sus productos, para generar el aumento de su ganancia neta.

Visión elaborada

Ser líderes en el mercado como una marca posicionada como la mejor, revolucionando los hogares de cada uno de nuestros clientes con innovación tecnología y actualización permanente de todos nuestros productos, pero sobre todo otorgándoles garantía de por vida.

Misión

Describir las preguntas

1) ¿Por qué haces lo que haces?

El mundo tecnológico crece de rápida y necesario cambiar la forma tradicional de comprar productos tecnológicos.

2) ¿Por qué motivo creaste la empresa?

La mala atención de las tiendas tecnológicas en el Ecuador, las grandes intenciones de ayudar a las personas ofreciéndoles los mejores productos.

3) ¿Qué hace la compañía?

Vende accesorios para celulares y computadoras de alta calidad y a precios súper bajos.

4) ¿Qué te diferencia de la competencia?

Nuestro objetivo principal es cubrir plenamente la necesidad de todos los clientes.

5) ¿Cuál es el propósito social de tu empresa?

Mejorar el conocimiento de todas las personas, enseñarles de poco a poco el mundo de la tecnología y su funcionamiento en cada una de las ventas.

Misión elaborada

Ofrecer una extensa variedad de productos tecnológicos y accesorios para celulares como la meta de protegerlos, siempre buscando la satisfacción del cliente llegando a cumplir todas sus necesidades con calidad y garantía de por vida.

Valores**Sinceridad**

La comunicación que existe con los clientes es de una manera muy clara y efectiva, las características de todos los productos siempre es la verdadera sin exagerar o inventar cualidades o mejorar alguna función de ella, de esta manera todos los clientes se encuentran satisfechos.

Confianza

La garantía que ofrece Míster Android a todos sus clientes por la compra de sus productos Iduino con garantía de año es verídica contribuyendo de esta manera a generar mayor confianza a las personas, en la mayoría de los casos se le realiza un cambio del producto de inmediatamente.

Responsabilidad

La entrega completa de los vendedores al negocio se nota a simple vista, los horarios de apertura son de manera exacta, no existe un día en la semana que se cree algún tipo de inconveniente para abrir las puertas del local, el compromiso con los clientes para innovar y mejorar el negocio día a día para generar una mayor satisfacción con ellos.

Honestidad

Existe mucha desconfianza de parte de los clientes al momento de realizar una reparación de celulares y dejarlo en un servicio técnico por el miedo de que le cambien piezas y un sin número de causas más, el negocio se diferencia con la competencia por que trabajan de manera honesta y verídica, con ética profesional en cada reparación.

Puntualidad

Los trabajos de reparación de celulares y computadores son muy frecuentes, por lo general se realizan más de 10 cambios de display semanal y alrededor de 5 cambios de pines de carga, el tiempo máximo de una reparación es 6 horas en cambios de display y 2 horas en el remplazo del pin de carga, siempre se cumple con estos tiempos y la mayoría de veces se termina en un menor tiempo cumpliendo de esta manera con los tiempos acordados con los clientes.

Políticas

- 1.-Aplicar un taller de capacitación a cerca de toda la tecnología existente en el mercado y su forma de uso.
- 2.-Buscar satisfacer la necesidad del cliente, ofertándole el producto más acorde entre calidad y precio.
- 3.-Mostrar una gran variedad de productos al cliente.
- 4.-La instalación del cristal de vidrio templado debe ser perfecta, sin ningún rastro de burbujas ni pelusa, si no se cumple con estos requisitos se deberá cambiar por otra o si el cliente desea un descuento del 25% en el valor.

5.-Todo equipo para reparación deberá ingresar con un informe donde se detallen todos los detalles o falles que posean el software o hardware, finalmente el cliente deberá firmar para que se proceda a la reparación.

6.-Se debe crear un contrato donde indique que todo equipo celular o computadora que no encienda para nada no existe garantía de nada al momento de reparar.

7.-La garantía de los productos aplican únicamente si no tiene rastro de golpes, ralladuras o humedad por líquidos de cualquier tipo.

Análisis Situacional

Factores Externos

Político

Los Altos niveles de corrupción en el municipio generan la poca limpieza en las principales calles de Quito, una parte afecta de gran manera es la av. Pedro Vicente Maldonado, donde se encuentra ubicado el local comercial.

Los precios del combustible suben de manera impredecible, en el año 2022 tuvo un incremento muy significativo, lógicamente provoca una cadena de inflación de todos los productos y servicios, por esta razón las personas se limitan a comprar productos tecnológicos ya que dan prioridad a la alimentación, salud y vivienda.

Demográfico

Los locales tecnológicos que se encuentran ubicados en el sector de Guamani ofrecen productos con las mismas características que mister android, pero a un menor precio. El desempleo va en crecimiento, una ciudad afectada es Quito ya que es la capital del Ecuador con alrededor de 2 millones de personas, pero con muy pocas plazas de empleo, provocando la inseguridad en cada barrio, las personas dejan de adquirir

productos tecnológicos como celulares y laptops por el peligro que conlleva caminar con ellos.

Ambiental

En inicios del año 2020 empezó la pandemia a nivel mundial llamado “covid 19” provocando cambios como el aforo permitido en los locales comerciales y la poca afluencia en las calles.

Los autos contaminan de gran manera el medio ambiente por la emisión de smooth fotoquímico, es una especie de humo que afecta directamente todo a su alcance en este caso la mercadería que muestra en las vitrinas y estanterías llenándolos de manchas de color negro que no se pueden limpiar.

Social

El mundo se encuentra en un constante cambio, los aparatos electrónicos sustituyen a la forma tradicional de realizar las actividades, también aparecen nuevos tipos de decoración, iluminación y accesorios para el hogar que todas las personas desean adquirir, por ejemplo, es indispensable contar con un computador en sus hogares para recibir las clases en línea y realizar teletrabajo.

Mercado

Una parte muy importan en una empresa comercial es la atención al cliente, mister android realiza capacitaciones mensuales de como satisfacer las necesidades de los compradores de la mejor manera, superando así a toda la competencia.

Los estudiantes tienden a no poseer mucho dinero para realizar sus compras por esta razón siempre buscan un lugar donde los productos sean más económicos.

Legales

Existe una disminución de impuestos al importar productos que elimina el arancel específico de USD\$42, la eliminación de cantidad de veces al año y aún más importante el incremento a los 100kg o 5000,00 por importación.

El trámite para constituir una empresa actualmente se lo puede realizar solo con la cedula de identidad y todo de manera virtual desde la comodidad del hogar.

Tecnológico

El mundo de los teléfonos celulares es muy particular, por la razón de que siempre se encuentra lanzando nuevos modelos, el tiempo útil de un celular es de tan solo 2 años como máximo provocando de esta manera que todas las personas busquen comprar nuevos modelos.

Las investigaciones científicas conjuntamente con los bancos trabajan para brindar mayor comodidad a los usuarios, iniciando con el pago de servicios básicos desde su celular o teléfono hasta la transferencia de dinero desde sus cuentas de ahorros a otra cuenta de ahorros con tan solo un clic.

Factores Internos

Compañía

Existe un contrato por 2 años, en el cual se detalla que el valor mensual del arriendo es de 200,00 dólares americanos y un aporte fijo de 15,00 dólares americanos por el agua y luz eléctrica, una gran ventaja ya el valor normal por el sector es de 300 a 400 dólares.

El conocimiento de los empleados en cada uno de los productos es muy acertado, en las características, en el funcionamiento y la manera de uso adecuado. Los parlantes

son uno de los productos más vendidos, pero en especial el parlante de 15 pulgadas de la marca xmax que se agota de manera rápida y su importación tarda hasta 3 meses.

Proveedores

Todos los productos provienen de 3 proveedores como son; celular fin, el palacio del celular y movicell que se encuentran ubicados en la ciudad, semanalmente 1 persona regresa al negocio para solicitar un cambio de su producto por un defecto de fábrica o simplemente dejó de funcionar.

Intermediarios

A partir del inicio de la pandemia las entregas a domicilio se han convertido en una de las maneras en que las empresas venden sus productos, por esto un porcentaje significativo de los clientes han solicitado que sus compras sean entregadas a la puerta de sus domicilios.

Uno de los trabajos más realizados en el servicio técnico son las liberaciones de cuentas google y los cambios de imei por reporte, para realizar estos trabajos es necesario comprar un programa especial como es chimera pro.

Competencia

Cada semana se lanzan ofertas en los productos más vendidos como son los estuches, micas de vidrio, audífonos, cargadores y cables de carga, también en las fechas importantes descuentos del 10% hasta el 25% de descuento, todos los productos y reparaciones de los celulares y computadoras van con una garantía total.

Clientes

Las ventas se realizan solo de manera física en el local ya que no existe una página web, otra forma en la cual se atraen clientes es con la publicación de varios productos como estuches y audífonos iphone a precios súper bajos.

El 10% de los celulares no han podido ser resueltos por el hecho de que no se cuenta con el conocimiento ni las herramientas en micro soldadura provocando así la insatisfacción y el enojo de algunos clientes.

Publico

Los video juegos se han apoderado de todos los niños y jóvenes en la actualidad, por ello es necesario comprar productos con las características especiales para un mejor rendimiento, la comunidad gamer es muy grande y tiende a comprar productos de manera frecuente, también existe una cantidad muy grande de jugadores de free fire que se encuentran en constante incremento y siempre compran diamantes dentro del juego.

Foda

Fortalezas

Continuamente después de la identificación de los factores internos del negocio, se llegó a la conclusión que las fortalezas más importantes que ayudaran a encaminar de manera correcta el plan estratégico son las siguientes:

- El arriendo del local comercial es muy bajo.
- Personal capacitado en atención al cliente.
- Licencia ilimitada de chimera pro.
- Promociones de venta permanente.
- Garantía de nuestros servicios y productos.

Debilidades

Se encuentra algunas fallas que ocasionan que los procesos en el negocio no estén funcionando de manera óptima, es indispensable corregir de manera inmediata, las más importantes son:

- El costo de envío a domicilio es muy caro.
- Mercadería limitada en parlantes de 15 pulgadas.
- No existe una página web.
- Insatisfacción por falta de trabajos en micro soldadura.
- Productos con defectos de fábrica.
- Poco número de proveedores.

Oportunidades

Mediante una investigación del estado actual del país, provincia y lugar de residencia del negocio, un análisis completo de los factores externos, existen miles de oportunidades que se pueden aprovechar para el crecimiento, pero las más importantes son:

- Competencia con mala atención al cliente.
- Gran número de estudiantes por el sector.
- Disminución de impuestos al importar productos desde el exterior.
- El trámite para constituir una empresa es más simple.
- La comunidad gamer tiende a comprar productos de manera frecuente.
- La cantidad de jugadores de free fire se encuentra en constante incremento.
- Aparición de nuevos aparatos electrónicos.
- Pagos mediante billetera electrónica.

Amenazas

Finalmente, no se puede olvidar una parte muy importante que son las amenazas que presenta actualmente el negocio y que si no se cuidan de ellas podrían llevar al cierre de manera definitiva, las más importantes son:

- Altos niveles de corrupción en el municipio.
- Incremento de la inflación y mayor costo de vida.
- los competidores ofrecen muchos productos similares al público.
- Desempleo e incremento de la delincuencia.
- Pandemia a nivel mundial llamado “covid 19”.
- El humo de los autos mancha a los productos.

Matriz FODA**Tabla 2***Matriz foda*

INTERNAS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El arriendo del local comercial es muy bajo. • Personal capacitado en atención al cliente. • Licencia ilimitada de chimera pro Promociones de venta permanente. • Garantía de nuestros servicios y productos. • 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de envío a domicilio es muy caro. • Mercadería limitada en parlantes de 15 pulgadas. • No existe una página web. • Insatisfacción por falta de trabajos en micro soldadura. • Productos con defectos de fábrica. • Poco número de proveedores.
EXTERNAS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con mala atención al cliente. • Gran número de estudiantes por el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de corrupción en el municipio. • Incremento de la inflación y mayor costo de vida.

-
- Disminución de impuestos al importar productos desde el exterior.
 - El trámite para constituir una empresa es más simple.
 - Aparición de nuevos aparatos electrónicos.
 - Pagos mediante billetera electrónica.
 - La comunidad gamer tiende a comprar productos de manera frecuente.
 - La cantidad de jugadores de free fire se encuentra en constante incremento.
 - los competidores ofrecen muchos productos similares al público.
 - Desempleo e incremento de la delincuencia.
 - Pandemia a nivel mundial llamado “covid 19”.
 - El humo de los autos mancha a los productos.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada cada una de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee el negocio en la actualidad.

*Matriz de Correlación FODA***Tabla 3***Matriz de correlación foda*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • El arriendo del local comercial es muy bajo. • Personal capacitado en atención al cliente. • Licencia ilimitada de chimera pro. • Promociones de venta permanente. • Garantía de nuestros servicios y productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de envío a domicilio es muy caro. • Mercadería limitada en parlantes de 15 pulgadas. • No existe una página web. • Insatisfacción por falta de trabajos en micro soldadura. • Productos con defectos de fábrica. • Poco número de proveedores.
OPORTUNIDADES	FO:	DO:

-
- Competencia con mala atención al cliente.
 - Gran número de estudiantes por el sector.
 - Disminución de impuestos al importar productos desde el exterior.
 - El trámite para constituir una empresa es más simple.
 - Aparición de nuevos aparatos electrónicos.
 - Pagos mediante billetera electrónica.
 - La comunidad gamer tiende a comprar productos de manera frecuente.
 - Crear folletos promocionales con los productos más buscados de los últimos meses.
 - Implementar un correcto seguimiento al producto una vez entregado al cliente.
 - Realizar un sorteo mediante una transmisión en vivo y en directo por Facebook.
 - Desarrollar una campaña publicitaria por Facebook, tik tok e Instagram.
 - capacitar al personal en micro soldadura y reballing.
 - Obtener un crédito para incrementar el stock de todos los productos.
-

-
- La cantidad de jugadores de free fire se encuentra en constante incremento.

AMENZAS	FA:	DA:
<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de corrupción en el municipio. • Incremento de la inflación y mayor costo de vida. • los competidores ofrecen muchos productos similares al público. • Desempleo e incremento de la delincuencia. • Pandemia a nivel mundial llamado “covid 19”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas con negocios de otros ámbitos e incrementar la publicidad. • Aplicar los cobros mediante transferencia y tarjeta de crédito. • Implementar un servicio adicional para los clientes como es la entrega a domicilio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una página web que oferte todos los productos disponibles en la tienda física. • Desarrollar un mejor sistema de inventario para las ventas diarias con la opción de facturación.

-
- El humo de los autos mancha a los productos.

Nota. Esta tabla indica las estrategias que elabora la empresa maximizando las partes positivas como las fortalezas y oportunidades y minimizando el impacto de sus partes negativas como son las debilidades y amenazas.

Matriz de Aprovechabilidad**Tabla 4***Matriz de aprovechabilidad*

	Competen	Gran	Disminuc	El	La	La	Aparición	Pagos	SUM	PREFEREN
	cia con	número	ión de	trámite	comunid	cantidad	de	mediant	A	CIA
	mala	de	impuestos	para	ad	de	nuevos	e		
	atención	estudiant	al	constit	gamer	jugadore	aparatos	billetera		
	al cliente	es por el	importar	uir una	tiende a	s de free	electrónic	electróni		
		sector	productos	empres	comprar	fire se	os.	ca		
			desde el	a es	producto	encuentr				
			exterior	más	s de	a en				
				simple	manera	constante				
					frecuent	incremen				
					e	to.				

El arriendo del										
local comercial	5	5	3	3	5	3	3	5	32	2
es muy bajo.										
Personal										
capacitado en										
atención al	5	5	3	5	3	5	3	3	32	1
cliente.										
Licencia										
ilimitada de	3	3	1	3	3	3	5	3	24	5
chimera pro										
Promociones										
de venta	3	5	1	3	5	3	2	3	25	4
permanente.										
Garantía de										
nuestros	5	5	5	1	3	3	1	2	25	3

servicios y

productos.

SUMA	21	23	13	15	19	17	14	16
-------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

PREFERENC

	2	1	8	6	3	4	7	5
--	---	---	---	---	---	---	---	---

IA

Nota. Esta tabla realiza un cálculo de todas sus fortalezas y oportunidades para visualizar cuales son las primeras a utilizar y mejorar la empresa.

*Matriz de Vulnerabilidad***Tabla 5***Matriz de vulnerabilidad*

	Altos niveles de corrupción en el municipio o.	Incremento de la inflación y mayor costo de vida.	los competidores ofrecen muchos productos similares al público.	Desempleo e incremento de la delincuencia.	Pandemia a nivel mundial llamado “covid 19”.	El humo de los autos mancha a los productos.	SUMA	PREFERENCIA
El costo de envío a domicilio es muy caro.	3	5	3	4	3	1	19	4
Mercadería limitada en parlantes de 15 pulgadas.	3	5	3	5	3	3	22	2
No existe una página web.	5	3	3	5	1	3	20	3

Insatisfacción por falta de trabajos en micro soldadura.	5	5	5	3	3	3	24	1
Productos con defectos de fábrica.	3	3	2	3	3	3	17	6
Poco número de proveedores.	5	4	1	3	2	3	18	5
SUMA	24	25	17	23	15	16		
PREFERENCIA	2	1	4	3	6	5		

Nota. Esta tabla realiza un cálculo de todas sus debilidades y amenazas, de esta manera tienen una visión clara de cuáles son las primeras a corregir para minimizar su impacto negativo.

*Plan de Acción***Tabla 6***Plan de acción*

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	INICIO	FIN	RESPO NSABL E	PRESU PUEST O	MEDIO DE VERIFICA CIÓN
Captar la atención de las personas con ofertas verdaderamente tentadoras e irresistibles.	Crear folletos promocionales con los productos más buscados de los últimos meses.	-Crear imágenes de las promociones en adobe Photoshop detallando el precio normal y el precio de oferta.	01-02-2022	02-2022	Orlando Huaraca	20.00	Folleto terminado
Ofrecer garantía total de todos los productos mediante la creación de un sistema digital que	Implementar un correcto seguimiento al producto una vez entregado al cliente.	-Crear un sistema con todos los datos de los clientes y los artículos adquiridos.	01-03-2023	30-03-2023	Orlando Huaraca	10.00	Sistema en la computadora

almacene toda la información de ventas.		-crear una lista de ventas diarias con toda la información en Excel.					
Publicitar el negocio mediante el sorteo de productos electrónicos a las personas que más compartan la transmisión en vivo creando una nueva experiencia al cliente..	Realizar un sorteo mediante una transmisión en vivo y en directo por Facebook.	-Elegir los productos más llamativos y deseados para el día del sorteo. -Elaborar un set de filmación con buena iluminación.	05-03-2023	10-03-2023	Orlando Huaraca	30,00	Transmisión en vivo por Facebook.
Aumentar el alcance de la publicidad en tik tok e Instagram mediante contratos con	Desarrollar una campaña publicitaria por Facebook, tik tok e Instagram.	-Contratar un influencer que tenga más de 100k seguidores en tik tok o Instagram.	01-04-2023	05-04-2023	Edwin Huaraca	50.00	Página de Facebook y tik tok creada.

influencers para grabar en el negocio para potencia el nombre de la marca.		-Invitar a you tubers a grabar videos en el negocio.					
Ofrecer Soluciones a reparaciones imposibles de dispositivos móviles con trabajos en placas madres para el funcionamiento óptimo.	Capacitar al personal en micro soldadura y reballing.	-Inscribir a los técnicos en un curso de micro soldadura. -comprar un curso online.	10-04-2024	02-06-2024	Orlando Huaraca	500,00	Certificado de capacitación
Importar de manera directa desde china por vía marítima y desde los estados unidos por	Obtener un crédito para incrementar el stock de todos los productos.	Realizar una solicitud de aprobación de un crédito en el banco pacifico	01-05-2025	05-05-2025	Orlando Huaraca	20,00	Crédito aprobado

vía aérea para recudir los precios de compra.							
Atraer un mayor cantidad de clientes al negocio mediante promociones y descuentos especiales en otros locales comerciales lejanos al sector de Guamani.	Crear alianzas con negocios de otros ámbitos e incrementar la publicidad.	-Enviar correos electrónicos a diferentes negocios cerca del lugar. -Reunirse con los dueños de los negocios.	05-04-2022	10-04-2022	Orlando Huaraca	10.00	Alianzas firmadas con otros negocios comerciales .
Evitar los robos a los clientes al momento de llevar dinero en efectivo mediante cobros electrónicos para mayor seguridad.	Aplicar los cobros mediante transferencia y tarjeta de crédito.	-Crear cuentas de ahorros en los bancos más conocidos. -Solicitar data fax en el banco pacifico.	01-03-2024	02-03-2024	Orlando Huaraca	1,00	Cobros mediante transferenci a

Brindar un servicio de entrega a domicilio a través de la aplicación indrive para las personas que no pueden salir de sus hogares.	Implementar un servicio adicional para los clientes como es la entrega a domicilio.	-Buscar una persona con moto. -realizar un convenio con una persona que trabaje con indrive.	05-05-2025	06-05-2025	Orlando Huaraca	20,00	Facturas y recibos
Ofertar todos los productos tecnológicos vía online con la creación de una página web con la opción de cobros con tarjeta de débito y entrega a domicilio.	Crear una página web que oferte todos los productos disponibles en la tienda física.	-Contratar una persona para crear una página web profesional -Crear una página web en wix.	03-03-2025	13-02-2025	Edwin Valla	50,00	Página web activa en internet

Aumentar la velocidad al momento de realizar las ventas y otorgar un recibo o factura a todos los compradores para el respaldo de sus productos.	Desarrollar un mejor sistema de inventario para las ventas diarias con la opción de facturación.	-Comprar un nuevo sistema de inventario y facturación a diskquictos. -Contratar una persona para crear el sistema.	17-04-2025	18-04-2025	Orlando Huaraca	250,00	Ventas con el nuevo sistema de inventario y facturación.
--	--	---	------------	------------	-----------------	--------	--

Nota. Esta tabla indica los objetivos a lograr cumplir con cada una de las estrategias así mismo las acciones que se deben ejecutar para lograrlo, la fecha de inicio y fin, el presupuesto que le costará aplicar cada una de las estrategias y la forma como se comprobará si se cumplió.

Capítulo III

Propuesta

Reporte mensual de ganancias netas 01 al 31 de enero del 2022

Tabla 7

Reporte de ganancias netas del mes de enero

FECHA	GENERAL	FREE FIRE	SERVICO T	RECARGAS	TOTAL
1/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3/1/2022	35,50	2,25	10,00	0,80	48,55
4/1/2022	24,10	3,50	0,00	0,50	28,10
5/1/2022	14,15	5,70	0,00	0,00	19,85
6/1/2022	39,70	10,20	20,00	1,25	71,15
7/1/2022	19,00	1,25	0,00	0,20	20,45
8/1/2022	48,10	0,50	10,00	0,15	58,75
9/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10/1/2022	8,48	2,25	1,00	0,80	12,53
11/1/2022	29,30	1,70	9,00	0,40	40,40
12/1/2022	52,50	1,00	0,00	1,25	54,75
13/1/2022	14,25	2,00	0,00	0,00	16,25
14/1/2022	10,12	0,00	0,00	0,00	10,12
15/1/2022	42,58	0,00	30,00	0,90	73,48
16/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17/1/2022	25,80	5,80	15,00	0,00	46,60
18/1/2022	32,30	2,10	0,00	0,15	34,55

19/1/2022	15,50	4,99	0,00	3,10	23,59
20/1/2022	41,60	5,11	4,00	2,20	52,91
21/1/2022	70,50	0,26	0,00	0,40	71,16
22/1/2022	7,80	1,26	19,00	1,25	29,31
23/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24/1/2022	15,50	1,25	3,00	0,65	20,40
25/1/2022	36,42	0,00	10,00	0,00	46,42
26/1/2022	25,15	0,00	5,00	0,00	30,15
27/1/2022	48,99	0,00	5,00	0,20	54,19
28/1/2022	27,15	0,00	0,00	0,10	27,25
29/1/2022	12,19	0,26	7,00	0,80	20,25
30/1/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
31/1/2022	10,15	10,50	0,00	1,35	22,00
TOTAL	706,83	61,88	148,00	16,45	933,16

Nota. Esta tabla indica las ganancias netas que se obtuvieron en el mes de enero de manera diaria por cada una de las partes y así mismo el cálculo total al final del mes.

Días en operación: 26

Días sin operación: 5

Ganancias netas:

Productos en general: \$706.83

Servicio técnico: \$148.00

Recargas de diamantes free fire: \$61.88

Recargas móviles: \$16.45

Total: \$933.16 dólares americanos

Promedio diario: \$35.89

Estado de situación financiera 01 al 31 de enero del 2022

Tabla 8

Balance general enero

BALANCE GENERAL	
1/01/2022 al 31/01/2022	
Activos	
Caja	\$ 105,00
bancos	\$ 300,00
Clientes	\$ -
Otras cuentas por cobrar	\$ -
Inventarios	\$ 6.548,05
Gastos pagados por anticipado	\$ 215,00
Total activo corriente	\$ 7.168,05
Muebles y enseres	\$ 1.200,00
Equipos	\$ 2.100,00
Patentes	\$ 50,00
Total activo no corriente	\$ 3.350,00
Total Activos	\$ 10.518,05
Pasivos	
Proveedores	\$ 120,00
Deudas a bancos	\$ 50,00

Pago empleados	\$ 450,00
Total pasivo corriente	\$ 620,00
Deudas a largo plazo	\$ -
Total pasivo no corriente	\$ -
Total Pasivos	\$ 620,00
Patrimonio	
Capital	\$ 9.898,05
Total patrimonio	\$ 9.898,05

Nota. Esta tabla muestra los recursos y el dinero con la cual la empresa cuenta en el mes de enero previamente a la aplicación de la primera estrategia.

Ejecución Estrategia Número 1

Objetivo

Captar la atención de las personas con ofertas verdaderamente tentadoras e irresistibles.

Estrategia

Crear folletos promocionales con los productos más buscados de los últimos meses.

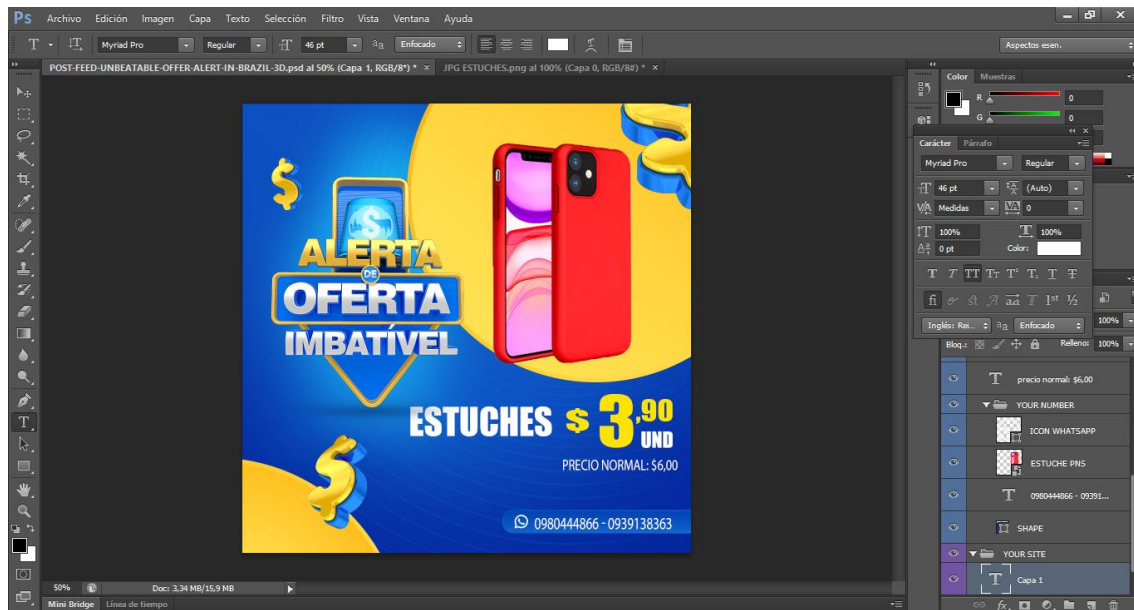
Actividad

Crear imágenes de las promociones en adobe Photoshop detallando el precio normal y el precio de oferta.

Diseño flyers en adobe Photoshop

Figura 2

Diseño de flyers

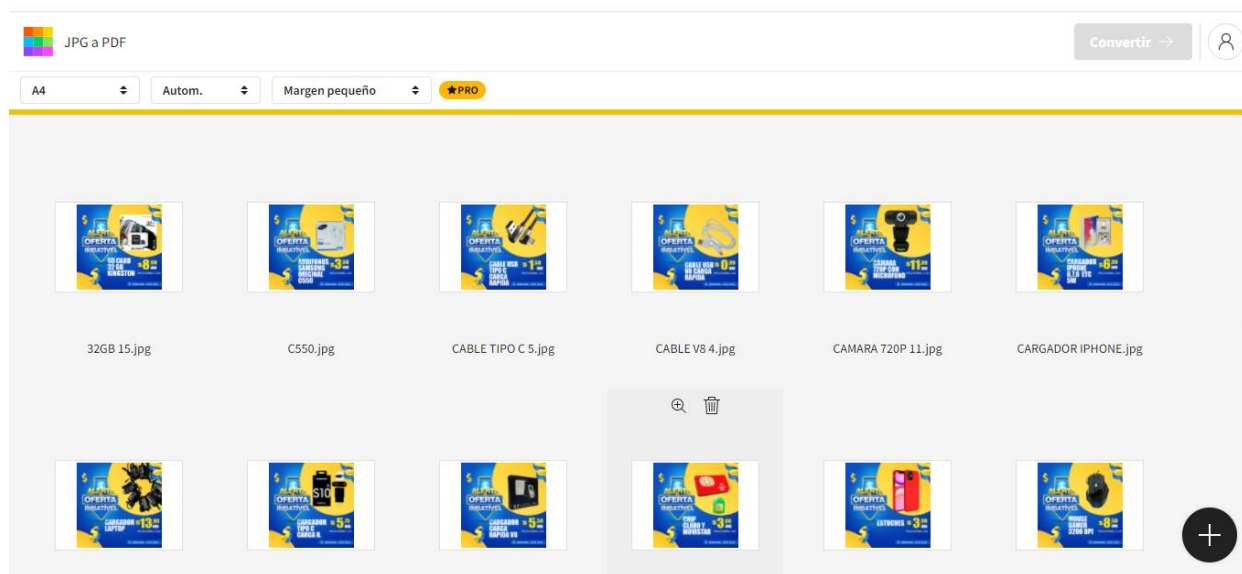


Nota. Esta imagen muestra la forma en cual se la elaboró cada una de las imágenes con el precio de oferta y el precio real para el diseño final del flyers.

Unión imágenes jpg a pdf

Figura 3

Diseño final del documento pdf “descuentos especiales”

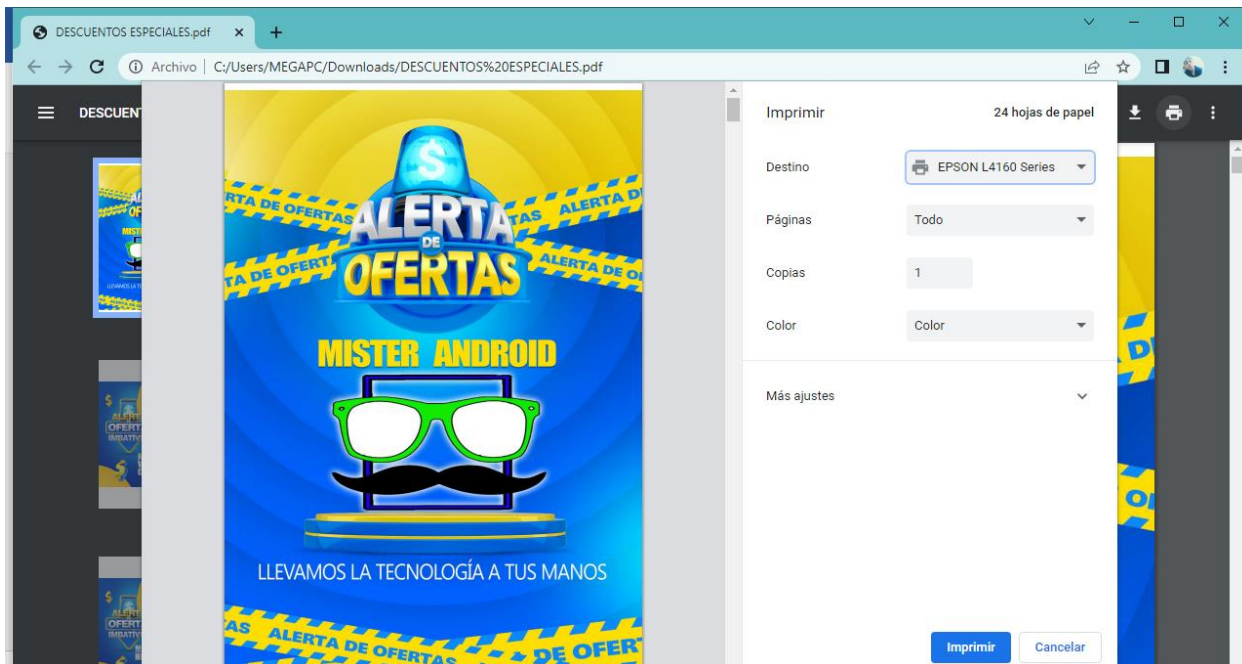


Nota. Esta imagen muestra la unión de cada imagen publicitarios de los productos en promoción a convertir un solo documento pdf.

Impresión de folletos publicitarios.

Figura 4

Impresión de folletos



Nota. Esta imagen muestra el momento en que se procedió al envío del documento pdf a cada uno de los clientes que constan en la base de datos.

Reporte mensual de ganancias netas 01 al 28 de febrero del 2022

Tabla 9*Reporte de ganancias netas del mes de febrero*

FECHA	GENERAL	FREE FIRE	SERVICO T	RECARGAS	TOTAL
01/02/2022	15,00	1,25	5,00	0,50	21,75
02/02/2022	19,60	3,50	10,00	0,75	33,85
03/02/2022	20,25	4,10	3,50	1,20	29,05
04/02/2022	24,10	0,26	20,00	3,50	47,86
05/02/2022	48,90	3,75	9,00	0,90	62,55
06/02/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
07/02/2022	32,10	1,25	5,00	1,20	39,55
08/02/2022	22,30	0,50	32,00	0,15	54,95
09/02/2022	33,00	1,40	2,50	0,00	36,90
10/02/2022	29,50	2,90	0,00	0,80	33,20
11/02/2022	27,69	2,10	0,00	0,40	30,19
12/02/2022	52,50	0,26	0,00	1,25	54,01
13/02/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14/02/2022	34,10	1,25	25,00	0,00	60,35
15/02/2022	29,60	2,50	18,00	0,90	51,00
16/02/2022	25,60	15,30	9,50	1,25	51,65
17/02/2022	51,10	4,50	5,00	1,00	61,60
18/02/2022	32,30	5,50	26,00	0,15	63,95

19/02/2022	21,10	12,50	5,50	3,10	42,20
20/02/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21/02/2022	34,10	4,65	20,00	0,10	58,85
22/02/2022	46,53	0,26	14,50	3,50	64,79
23/02/2022	32,14	0,52	6,50	0,20	39,36
24/02/2022	24,10	1,25	0,00	0,35	25,70
25/02/2022	29,10	5,75	10,00	1,25	46,10
26/02/2022	25,15	1,28	12,00	0,90	39,33
27/02/2022	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
28/02/2022	27,15	0,00	17,00	1,20	45,35
TOTAL	737,01	76,53	256,00	24,55	1094,09

Nota. Esta tabla muestra el incremento de las ventas diarias a partir de la aplicación de la primera estrategia en el mes de febrero.

Días en operación: 24

Días sin operación: 4

Ganancias netas:

Productos en general: \$737.01

Servicio técnico: \$256.00

Recargas de diamantes free fire: \$76.53

Recargas móviles: \$24.55

Total: \$1094.09 dólares americanos

Promedio diario: \$45.58

Comparación Ganancias Netas Enero y Febrero

Tabla 10

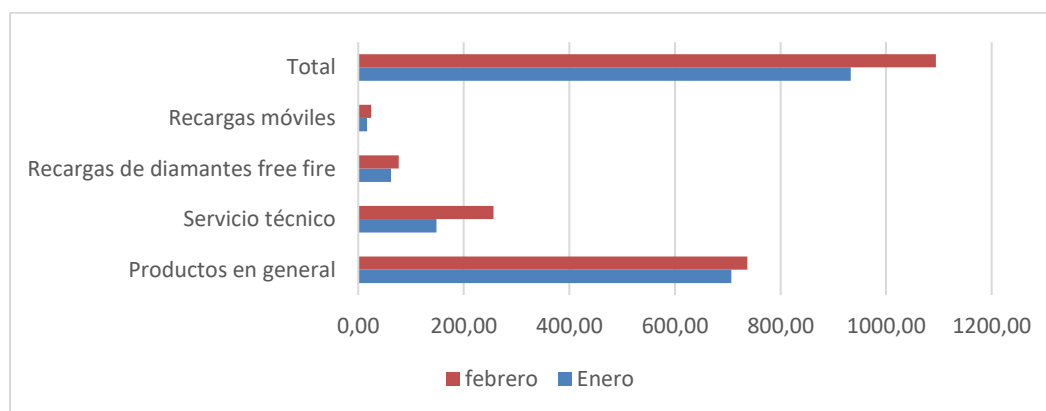
Comparación ingresos netos enero a febrero

	ENERO	FEBRERO
Productos en general	706,83	737,01
Servicio técnico	148,00	256,00
Recargas de diamantes free fire	61,88	76,53
Recargas móviles	16,45	24,55
Total	933,16	1094,09

Nota. Esta tabla muestra la comparación de los ingresos netos a la empresa correspondiente del mes de enero a febrero.

Figura 5

Comparación de ganancias netas enero a febrero



Nota. Esta imagen muestra el incremento que se obtuvo en las ventas y servicios que ofrece mister android del mes de enero a comparación del mes de febrero.

Conclusiones

- La microempresa mister android es un negocio que se dedica la venta de productos para celulares móviles y computadoras, también brindar el servicio de reparación de dispositivos electrónicos, es un distribuidor autorizado por la marca Ldnio que permite ofertar una mayor variedad de productos con alta calidad y con gran margen de ganancias.
- Mediante el análisis situacional se obtuvo información importante de todas sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, las cuales fueron examinadas posteriormente en el que indican que su mayor fortaleza son las promociones y la excelente atención al cliente sin embargo su mayor amenaza es que existen miles de competidores en la zona donde se ubican.
- Se ejecutó la estrategia de incrementar el nivel de publicidad mediante whatsapp enviando a cada cliente un documento pdf donde se muestra los descuentos de los productos con más acogida en el mercado, dando como resultado un incremento significativo en el nivel de ventas diarias que corresponden al mes de febrero.

Recomendaciones

- Se recomienda a la micro empresa mister android ejecutar todas las estrategias del plan de acción propuesto con el objetivo de ayudar a mejorar el nivel de ganancias y la expansión en todo el territorio de Quito como siempre lo han deseado.
- Continuamente luego de haber ejecutado el plan estratégico se recomienda mantener un control adecuado de todas sus operaciones, para visualizar de mejor manera el impacto de cada una de las estrategias es necesario emitir reportes de ganancias diarias y mensuales.
- Finalmente es necesario la importación directa de toda su mercadería, esto ayudará a incrementar el margen de utilidad de manera significativa, la única forma de lograr este objetivo es con la capacitación del personal en cursos de exportación e importación desde los países con mayor producción de artefactos tecnológicos.

Referencias Bibliográficas

- Acero, L. C. P. (2010). *Dirección estratégica*. Ecoe Ediciones.
- Bernedo Romero, P., & Villanueva Cárdenas, J. (2013). *Plan estratégico empresarial de Natura 2006-2010*.
- De Vicuña, J. M. S. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Esic Editorial.
- Gómez Mayhuire, R. D. P., Gonzales Carpio, J. J., & Huanca Llamaconcca, A. R. (2017). *Estudio y propuesta de un modelo de crecimiento y perfil de plan estratégico para una pequeña empresa: caso global TEK Industrial SAC*.
- González, A. C. L. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial Patria.
- Jiménez Uribe, A. T. (2020). *Plan estratégico para la empresa Diseño Metálico Santander*. Guzmán duque editorial.
- Martínez, A. (2007). *Un modelo de empresa innovadora: el caso Zara*. Santiago de Compostela: Revista de investigaciones Políticas y Sociológicas. Vol. 6, Número 1.
- Palma Proaño, E. W. (2015). *Plan estratégico para la empresa vidriería romero y su incidencia en el crecimiento empresarial, cantón La Maná, período 2014-2018* (Bachelor's thesis, Quevedo: UTEQ).
- Pazmiño Jiménez, E. D. (2021). *Plan estratégico para la empresa AhSupplies* (Doctoral dissertation, Quito/UIDE/2021).
- Villegas, M. C. O. (Ed.). (2011). *Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones* (Vol. 9). Universidad de La Sabana.

Anexos

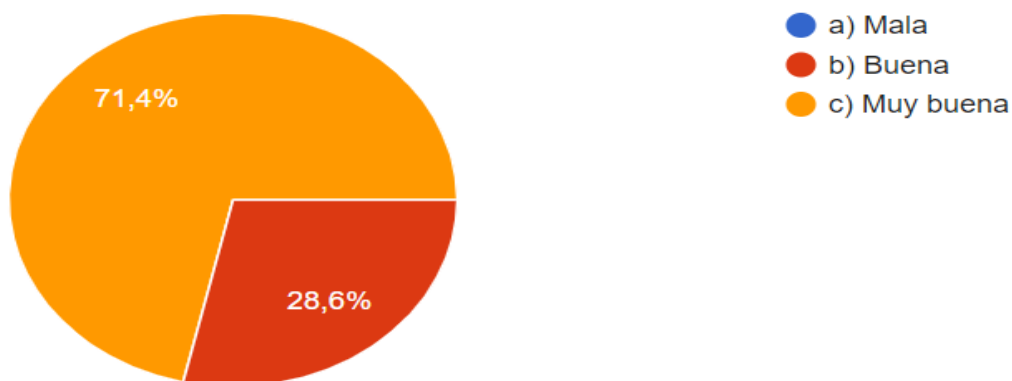
Anexo 1

Tabulación de la encuesta pregunta 1

Pregunta

¿Cómo califica la atención que recibe al momento de comprar un producto?

Tabulación



Respuesta	Número de personas
a) Mala	0
b) Buena	6
c) Muy buena	15

<p>Análisis: La empresa debe realizar capacitaciones de manera periódica para mejorar la atención al cliente.</p>	<p>Interpretación: los clientes se encuentran muy satisfechos con la atención recibida al momento de adquirir sus productos.</p>
--	---

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 1.

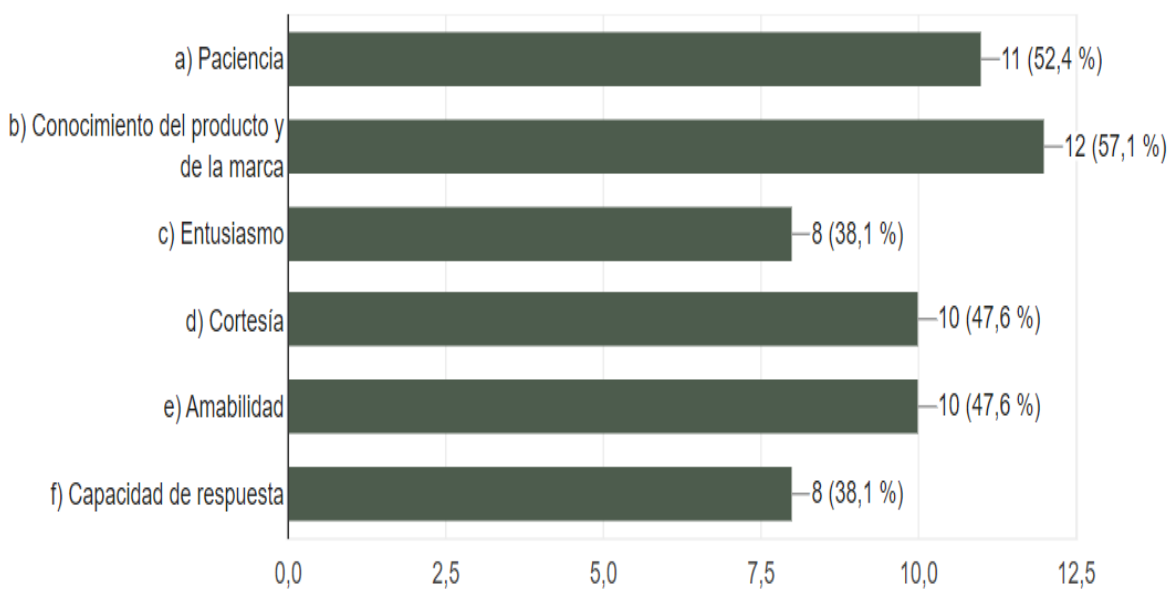
Anexo 2

Tabulación de la encuesta pregunta 2

Pregunta

Considerando las siguientes opciones, ¿cuál cree que son las características que tenía el representante de servicio al cliente que te atendió?

Tabulación



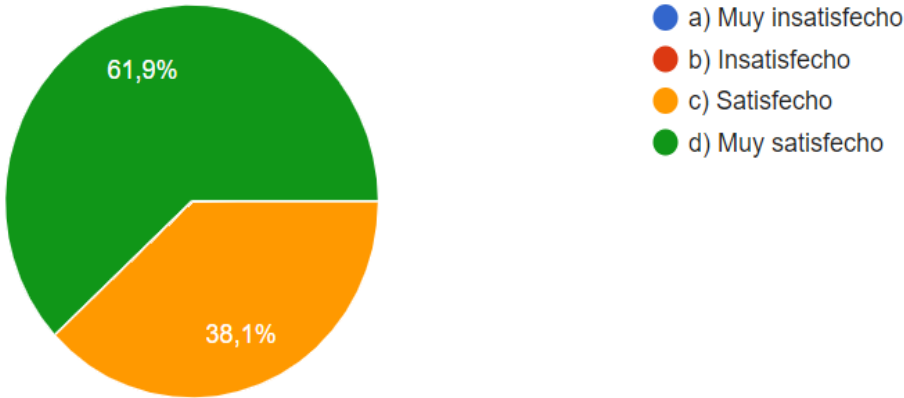
Respuesta	Número de personas
a) Paciencia	11
b) Conocimiento del producto y de la marca	12
c) Entusiasmo	8
d) Cortesía	10

e) Amabilidad	10
f) Capacidad de respuesta	8
Análisis: Una parte a reforzar sería el entusiasmo y la capacidad de respuesta con nuevos talleres que permitan obtener mayor conocimiento de cada producto y ayude a desarrollar mejor la capacidad de hablar con los clientes.	Interpretación: los clientes señalan que las personas que atienden en los locales gozan de gran conocimiento del producto y de la marca.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 2.

Anexo 3

Tabulación de la encuesta pregunta 3

Pregunta	
¿Qué tan satisfecho está con nuestros productos?	
Tabulación	
 <p>The pie chart displays the distribution of responses for the question '¿Qué tan satisfecho está con nuestros productos?'. The chart is divided into two segments: a green segment representing 'd) Muy satisfecho' at 61.9%, and an orange segment representing 'c) Satisfecho' at 38.1%. A legend to the right of the chart identifies the colors: blue for 'a) Muy insatisfecho', red for 'b) Insatisfecho', orange for 'c) Satisfecho', and green for 'd) Muy satisfecho'.</p>	
Respuesta	Número de personas

a) Muy insatisfecho	0
b) Insatisfecho	0
c) Satisfecho	8
d) Muy satisfecho	13

Análisis: La calidad de todos los productos es muy buena y lo mejor que todos tienen garantía, por esa razón la mayoría se encuentra muy satisfecha, pero es necesario mejorar la calidad de productos con mayores controles a la hora de comprar.

Interpretación: el 0% de personas se encuentran insatisfecho o muy insatisfecho, no existe parte negativa en la satisfacción con el producto.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 3.

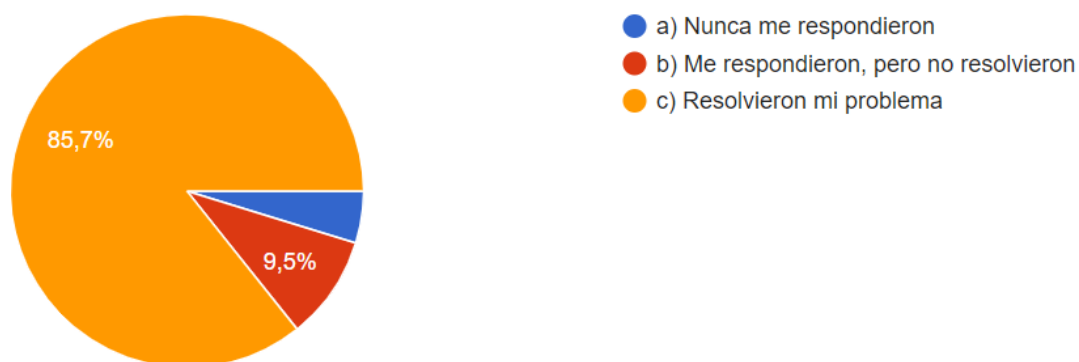
Anexo 4

Tabulación de la encuesta pregunta 4

Pregunta

¿La accesoria y soporte online resolvió las dudas o problemas que presentaste con algún producto?

Tabulación



Respuesta	Número de personas
a) Nunca me respondieron	1
b) Me respondieron, pero no resolvieron el problema	2
c) Resolvieron mi problema	18

Análisis: Es necesario ejecutar un mayor control de los mensajes por vía whatsapp y responderlos de manera oportuna con la solución exacta.

Interpretación: existe un gran trabajo de la persona que realiza la accesoria y soporte online por vía de WhatsApp con un 85,7 en efectividad en resolver problemas.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 4.

Anexo 5

Tabulación de la encuesta pregunta 5

Pregunta	
¿Su problema fue resuelto por nuestro representante de servicio técnico de manera efectiva?	
Tabulación	
<p> ● a) Sí ● b) Sí, pero tomó demasiado tiempo ● c) No ● d) No y tomó demasiado tiempo </p>	
Respuesta	Número de personas
a) Si	18
b) Sí, pero tomó demasiado tiempo	0
c) No	1
d) No y tomó demasiado tiempo	1
Análisis: La persona encarga en la parte de reparaciones cuenta con gran experiencia y es capaz de arreglar de manera correcta 9 de 10 dispositivos.	Interpretación: El 90% de los trabajos se logran reparar de manera correcta, tan solo el 10% es la cantidad de dispositivos que no pueden repararse.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 5.

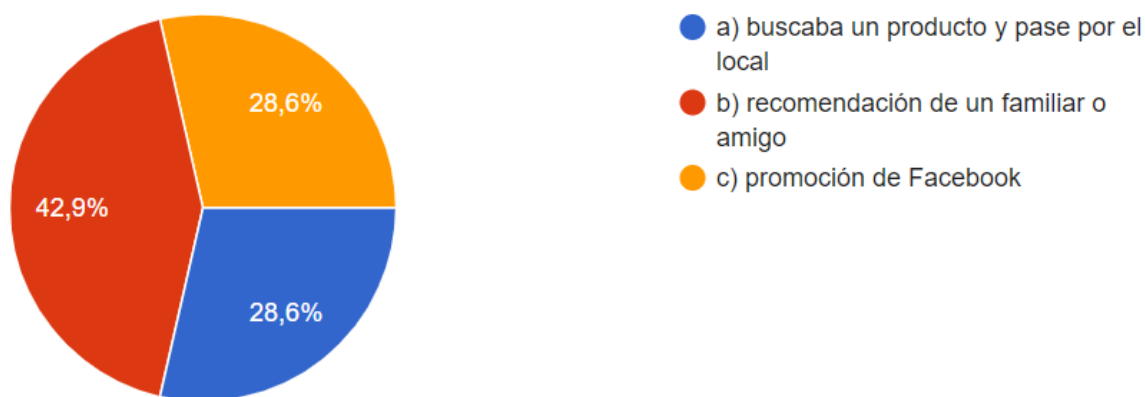
Anexo 6

Tabulación de la encuesta pregunta 6

Pregunta

¿Por qué razón realizó su primera compra en nuestros locales?

Tabulación



Respuesta

Número de personas

a) **Buscaba un producto y pasé por el local**

6

b) **Recomendación de un familiar o amigo**

9

c) **Promoción de Facebook**

6

Análisis: La mayoría de gente compra por la recomendación de un familiar o amigo, esto quiere decir que el mayor éxito de ventas bien

Interpretación: El 42.9% de personas que se acercan a comprar es por la recomendación de un familiar o amigo, el

por parte de una recomendación, seguido de la publicidad generada en las redes sociales. 28,6% por que pasan por el lugar y el 28.6% por promociones de facebook.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 6.

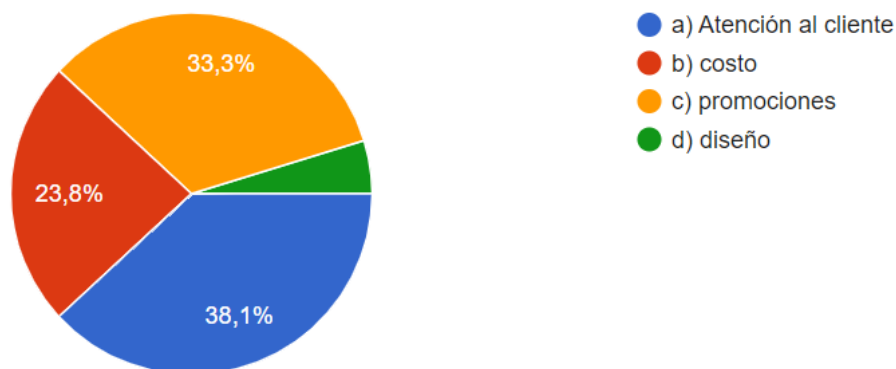
Anexo 7

Tabulación de la encuesta pregunta 7

Pregunta

¿Qué es lo que más te gusta de nuestro local?

Tabulación



Respuesta	Número de personas
a) Atención al cliente	8
b) Costo	5
c) Promociones	7
d) Diseño	1

Análisis: La atención al cliente del lugar es lo mejor del negocio, cuentan con gran experiencia y carisma, razones por la cual la gente gusta comprar en el lugar, una parte a mejorar sería el diseño.

Interpretación: El 38.1 de los clientes mencionan que la atención al cliente es lo mejor del lugar, seguido con un 33,3 de las promociones y un 23,8 por el precio de los productos.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 7.

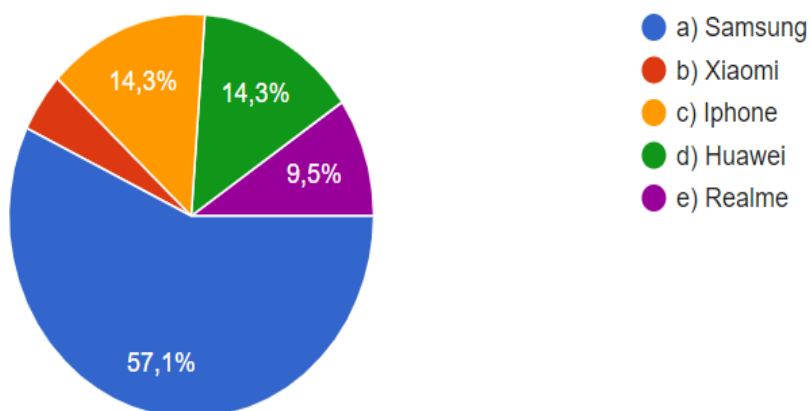
Anexo 8

Tabulación de la encuesta pregunta 8

Pregunta

¿Cuál es la marca de celulares más utilizada por tus familiares y amigos?

Tabulación



Respuesta

Número de personas

a) Samsung

12

b) Xiaomi

1

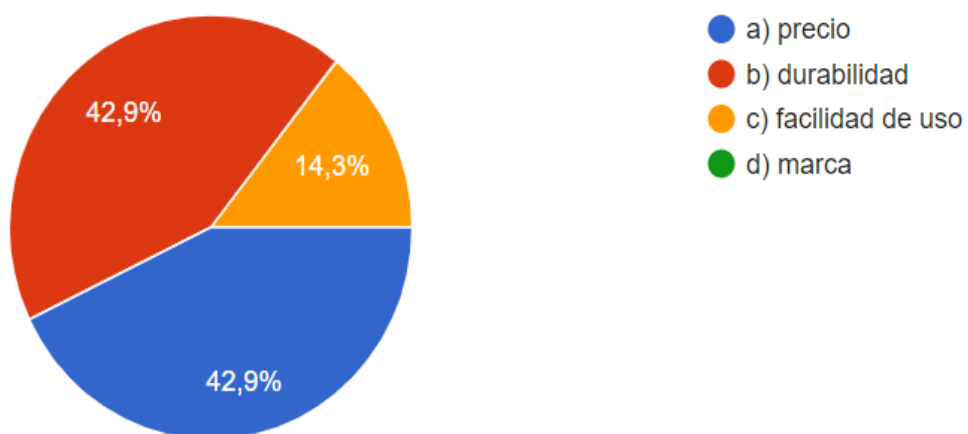
c) Iphone	3
d) Huawei	3
e) Realme	2
Análisis: En el mundo actual donde vivimos existe una gran preferencia por los celulares Samsung, lógicamente nos proporciona información indispensable para comprar mercadería relacionada con la marca.	Interpretación: La marca número elegida por los compradores es Samsung con un 57.1% y por último realme con un 9.5%.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 8.

Anexo 9

Tabulación de la encuesta pregunta 9

Pregunta
¿Qué es lo más importante al comprar un producto tecnológico?
Tabulación



Respuesta	Número de personas
a) Precio	9
b) Durabilidad	9
c) Facilidad de uso	3
d) Marca	0

Análisis: Las familias ecuatorianas son muy estrictas a la hora de comprar, pero siempre buscan un producto con un excelente precio y durabilidad.

Interpretación: existe una igualdad con un 42.9 entre durabilidad y precio, continuamente con un 14,3% en la facilidad de uso y sin ningún voto de la marca.

Nota. Esta tabla indica de manera detallada los resultados finales de la pregunta número 9.

Anexo 10

Portada de la promoción



Nota. Esta imagen muestra el logo y el slogan de forma clara y llamativa.

Anexo 11

Promoción mica de hidrogel



Nota. El número material que está revolucionando el mercado de protectores.

Anexo 12

Promoción mouse weibo con cable



Nota. El mejor mouse entre calidad precio y su gran tiempo de durabilidad.

Anexo 13

Promoción akg s10+



Nota. La gran calidad de sonido lo convierten en uno de los audífonos más comprados.

Anexo 14

Promoción audífonos sy733



Nota. Para iniciar en el mundo gamer es la mejor opción y el más barato de todos.

Anexo 15

Promoción teclado k510



Nota. Materiales de alta calidad a un muy bajo precio de venta.

Anexo 16

Promoción tv box mxq pro



Nota. Ayuda a reciclar aquellos televisores que no cuentan con internet.

Anexo 17

Promoción inponds



Nota. Gran variedad de colores y compatibilidad con todos los dispositivos android y ios.

Anexo 18

Promoción sd card 32gb



Nota. Reducción del precio con el 50% de descuento.

Anexo 19

Promoción audífonos c550



Nota. Los más utilizados desde el 2008 hasta la actualidad.

Anexo 20

Promoción cable tipo c



Nota. Cable Idnio de alta calidad y con manejo de corriente hasta 3.0 amperios.

Anexo 21

Promoción cable v8



Nota. La mayoría de los celulares cargan con un cable con punta en v8.

Anexo 22

Promoción cámara 720p



Nota. Cámara con gran demanda por las personas en la actualidad.

Anexo 23

Promoción cargadora iphone



Nota: Cargador de 5w con cable usb a lightning para dispositivos Apple.

Anexo 24

Promoción cargador de laptop



Nota. Reducción de un 20% del precio comercial en el mercado.

Anexo 25

Promoción cargador tipo c



Nota. Cargador de 10w a 5v*2.0 amperios con carga rápida de 15w.

Anexo 26

Promoción cargador v8



Nota. Cargador con punta v8 compatible con todas las marcas.

Anexo 27

Promoción chips



Nota. Las 2 marcas de telefonía móvil más utilizadas en el Ecuador.

Anexo 28

Promoción estuches



Nota. Estuche de silicona original con terciopelo por el interior para todas las marcas.

Anexo 29

Promoción mouse gamer



Nota. El mouse gamer más económico con regulador de dpi.

Anexo 30

Promoción cable hdmi



Nota. Conexión fácil de dispositivos hdmi a hdmi con resolución de 1080p.

Anexo 31

Promoción micas



Nota. Descuento en micas de vidrio con el 50%, gran resistencia a caídas y golpes.

Anexo 32

Dirección del negocio



Nota. Dirección del local comercial en Guamani.