

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN EN EL CARMEN



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Planificación Estratégica para el direccionamiento empresarial en la
Empresa Robotia Gigantografías en la Ciudad de El Carmen, Período 2024"

AUTOR:

Bazurto Ostaiza Kenia Julexy

TUTOR:

Ing. Gina Gabriela Loor Moreira, Mg

El Carmen, 2024

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión El Carmen de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Bazurto Ostaiza Kenia Julexy legalmente matriculada en la carrera de Contabilidad y Auditoría, período académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es "Planificación Estratégica para el direccionamiento empresarial en la Empresa Robotia Gigantografías en la Ciudad de El Carmen, Período 2024".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

El Carmen 10 de enero del 2025

Lo certifico,


 Ing. Gina Gabriela Looz Moreira, Mg
Docente Tutor
Área: Auditoria Gestion Contable Y Financiera



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN

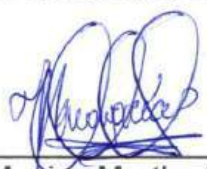
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Titulación con modalidad Proyecto de Investigación, titulado "Planificación Estratégica para el direccionamiento empresarial en la Empresa Robotia Gigantografías en la Ciudad de El Carmen, Período 2024", cuya autora es Bazurto Ostaiza Kenia Julexy de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y como Tutor de Trabajo de Titulación la Ing. Gina Gabriela Loor Moreira, Mg.

El Carmen, 27 de enero de 2025



Ec. Tito Alexander Cedeño Loor, Mg.
Presidente del tribunal de titulación



Ing. Minaya Macías Martha Margarita, Mg.
Miembro del tribunal de titulación



Ing. Pinargote Pinargote Henry Marcelino, Mg.
Miembro del tribunal de titulación



Uleam



DECLARACIÓN DE AUTORIA

La responsabilidad de este proyecto de Titulación: **"PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DIRECCIONAMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA ROBOTIA GIGANTOGRAFÍAS EN LA CIUDAD DE EL CARMEN, PERÍODO 2024"** corresponde exclusivamente a **Bazurto Ostaiza Kenia Julexy** con C.I 1313666644 y los derechos patrimoniales del mismo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El Carmen – Manabí

Autora

Bazurto Ostaiza Kenia Julexy
C.I 1313666644



Uleam

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con todo mi amor y gratitud a mis padres, Yorgi Bazurto y especialmente a mi madre, Nelly Ostaiza, por su incansable esfuerzo, sacrificio y apoyo incondicional durante todo el tiempo de mi recorrido académico. Gracias por estar siempre a mi lado, brindándome la fortaleza y la motivación necesarias para continuar.

A mis hermanos y demás familiares, por sus valiosos consejos y por recordarme en cada momento la importancia de seguir adelante, siempre ofreciéndome sus mejores alientos y amor. Mi agradecimiento hacia ustedes es infinito.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la valentía de estudiar una carrera y guiar mis caminos
cada día.

A todos quiénes formaron parte de mi vida estudiantil, mis maestros de carrera, por
inculcar conocimientos de mucha importancia, logrando así el aprendizaje mutuo.

Agradezco a mi familia, por todo el apoyo dado, hacía mí a lo largo de mis estudios.

Y por último a mis compañeros y a personas que , con su apoyo fueron esenciales
para culminar mi proyecto de investigación.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	III
APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE	VII
RESUMEN	XI
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO TEÓRICO.....	3
1.1. Planificación estratégica	3
1.1.1. Importancia de la planificación estratégica.....	3
1.1.2. Características de la planificación estratégica.	4
1.1.3. Etapas de la planificación estratégica	4
1.1.4. Formulación de la Estrategia	5
1.1.5. Implementación de la Estrategia.....	5
1.1.6. Proceso de la planificación estratégica	5
1.1.7. Matriz FODA	6
1.1.8. Mapa Estratégico	6
1.2. Direccionamiento empresarial	7
1.2.1. Importancia del direccionamiento empresarial.....	7

1.2.2.	Análisis estratégico	8
1.2.3.	Formulación estratégica	8
1.2.4.	Implementación Estratégica	8
1.2.5.	Toma de decisiones	9
CAPITULO II		10
2.	Diagnostico o estudio de campo	10
2.2.	Antecedentes de la empresa	10
2.3.	Descripción de la empresa	10
2.4.	Actividad Económica	10
2.5.	Métodos	11
2.5.1.	Método Inductivo	11
2.5.2.	Método Deductivo	11
2.5.3.	Método Analítico	11
2.6.	Técnicas	12
2.6.1.	Entrevista	12
2.6.2.	Encuesta	12
2.7.	Resultados Obtenidos	12
2.7.1.	Resultados obtenidos de la entrevista	12
2.7.2.	Resultados Obtenidos de la Encuesta	17
CAPITULO III		28
3.	DISEÑO DE LA PROPUESTA	28

3.2.	Titulo.....	28
3.3.	Justificación	28
3.4.	Fundamentos (base legal)	29
3.5.	Objetivos	29
3.5.1.	General.....	29
3.5.2.	Específicos	29
3.6.	Desarrollo de la propuesta	1
4.	Conclusiones	30
5.	Recomendaciones	30
6.	Bibliografía	32
7.	Anexos	36
	Anexo 1. Ruc de la empresa	36
	Anexo 2. Evidencia de la entrevista.....	38
	Anexo 3. Evidencia de la encuesta	39
	Anexo 4. Formato de la encuesta.....	40
	Anexo 5. Entrevista.....	42

Índice de figuras

Figura 1 ¿Conoces la misión y visión de Robotia Gigantografías?	17
Figura 2 ¿Crees que Robotia está bien posicionada en el mercado local?	18
Figura 3 ¿Qué tan importante crees que es la planificación estratégica para el crecimiento de la empresa?	19
Figura 4 ¿Consideras que la empresa tiene objetivos claros a largo plazo?	20
Figura 5 ¿La comunicación interna sobre los objetivos estratégicos es efectiva?	21
Figura 6 ¿Qué área de la empresa consideras que necesita más planificación estratégica?	22
Figura 7 ¿Consideras que un plan estratégico formal puede ayudar a resolver problemas actuales de la empresa?	23
Figura 8 ¿Crees que las decisiones estratégicas actuales están alineadas con las necesidades del mercado?	24
Figura 9 ¿Qué tan efectivo consideras el liderazgo en la definición e implementación de estrategias?	25
Figura 10 ¿Robotia utiliza tecnología para mejorar la planificación y toma de decisiones estratégicas?	26
Figura 11 ¿Los recursos disponibles en Robotia son suficientes para implementar estrategias de crecimiento?	27

RESUMEN

La presente investigación se centra en la elaboración de un plan de planificación estratégica para la empresa "Robotia Gigantografías", ubicada en la Ciudad de El Carmen. En un entorno empresarial competitivo y en constante evolución, este estudio busca abordar las deficiencias administrativas que enfrenta la empresa, especialmente la falta de una misión y visión claras, así como la necesidad de optimizar sus procesos y recursos. Se exploran las etapas del proceso de planificación, incluyendo la formulación de estrategias y el uso de herramientas como el análisis FODA, que permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. Se realiza un diagnóstico exhaustivo de "Robotia Gigantografías Para alcanzar este objetivo, se emplean diversas metodologías, incluyendo el método inductivo, que permite identificar regularidades y relaciones entre eventos; el método deductivo, que parte de hipótesis consideradas verdaderas; y el método analítico, que se centra en el análisis empírico del objeto de estudio. Además, se utilizan técnicas como entrevistas y encuestas para recopilar información sobre la situación actual de la empresa, lo que facilita un diagnóstico exhaustivo. Los resultados indican que, aunque la empresa está bien posicionada, carece de una planificación estratégica formal que limite su capacidad de crecimiento y adaptación a las demandas del mercado. La propuesta incluye la implementación de formatos para una gestión más ordenada y eficiente. Los resultados esperados de esta planificación son un incremento en la competitividad, una mejora en el desempeño empresarial y una mayor satisfacción del cliente, asegurando así la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de "Robotia"

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es una herramienta fundamental en el entorno empresarial actual, caracterizado por la volatilidad y la incertidumbre. Permite a las organizaciones definir su misión y visión, estableciendo objetivos claros y diseñando planes de acción para alcanzarlos. Este proceso integral no solo se centra en el futuro, sino que también requiere un análisis exhaustivo del entorno interno y externo. Al identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, las empresas pueden adaptarse proactivamente a los cambios del mercado.

En el contexto ecuatoriano, la planificación estratégica se vuelve vital ante fluctuaciones económicas y cambios regulatorios. Las organizaciones deben adoptar un enfoque que les permita no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno competitivo. Esto implica evaluar factores externos, como políticas gubernamentales y tendencias del mercado, así como las capacidades internas de cada empresa.

En El Carmen, la planificación estratégica ayuda a las empresas locales a innovar y mejorar su competitividad. Facilita la comunicación interna y el compromiso del personal, elementos clave para el éxito organizacional. Además, proporciona una visión clara y unificada del rumbo empresarial, fomentando la adaptabilidad y la toma de decisiones efectivas.

El presente proyecto busca dar alternativas de mejoras para el mejoramiento de las adversidades administrativas que presenta, ya que no cuenta con un plan estratégico en la empresa "Robotia" y los malos resultados están siendo reflejados en sus rendimientos económicos, de tal modo la presente propuesta se da por justificada. La planificación estratégica es fundamental para el crecimiento y desarrollo de las empresas en un entorno competitivo. En este contexto, la empresa "Robotia" se enfrenta a desafíos que limitan su capacidad de expansión y adaptación. Este proyecto de investigación busca establecer un plan

estratégico que permita a la empresa optimizar su desempeño, mejorar su competitividad y alcanzar sus objetivos a corto y largo plazo.

El capítulo I, aborda el concepto de planificación estratégica, su importancia y características. Se analizan las etapas del proceso de planificación, incluyendo la formulación de estrategias y la implementación de un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Este marco teórico proporciona las bases necesarias para comprender cómo la planificación estratégica puede ser un instrumento clave para el direccionamiento empresarial.

El capítulo II, presenta un diagnóstico detallado de la situación actual de "Robotia". Se analizan los antecedentes de la empresa, su actividad económica y los métodos y técnicas utilizados para recopilar información. A través de entrevistas y encuestas, se identifican las deficiencias en los procesos de toma de decisiones y se evalúan los factores internos y externos que afectan el desempeño de la empresa. Los resultados obtenidos permiten vislumbrar áreas críticas que requieren atención y mejora.

El capítulo III, se desarrolla una propuesta de planificación estratégica para "Robotia". Se busca diseñar una misión y visión claras, establecer objetivos específicos y formular políticas y procedimientos que contribuyan al avance de la empresa. La propuesta incluye la elaboración de formatos que faciliten el registro ordenado de las operaciones y procesos ejecutados, asegurando así una mejor gestión y control. El objetivo es proporcionar un plan integral que permita a la empresa enfrentar los desafíos actuales y aprovechar las oportunidades de crecimiento en el futuro.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Planificación estratégica

Destacan Mora Et al. (2020), que la planificación estratégica es un proceso mediante el cual los líderes organizan sus metas y acciones a lo largo del tiempo. En realidad, los conceptos de estrategia y planificación están estrechamente relacionados, ya que ambos se refieren a una serie de acciones organizadas temporalmente para alcanzar uno o varios objetivos.

Manifiestan Delgado Et al. (2022), la planificación estratégica en el ámbito corporativo no solo implica crear un plan que coordine las acciones y recursos necesarios para alcanzarlo; también requiere la evaluación del proceso. Esta evaluación permite identificar errores en la ejecución que pueden corregirse a tiempo para evitar la pérdida de tiempo y dinero

1.1.1. Importancia de la planificación estratégica

Para Gargate (2021), la planificación estratégica permite a los directivos evaluar escenarios estratégicos y a su vez examinar diferentes opciones para lograr determinar los pasos que se deben seguir. Esto posibilita que los líderes de la empresa orienten el potencial de la organización hacia una visión común y confíen en su capacidad para alcanzarla.

Considera López (2018), que la planificación estratégica es de suma importancia debido a que es una herramienta clave de aplicación que encamina a la organización a enfrentar un entorno cada vez más complejo, cambiante e incierto y, que se convierte en un factor detonante para distinguir entre las empresas exitosas y las que se preocupan por sobrevivir o defenderse de los embates ambientales. Cabe recalcar que esta es una herramienta importante misma que ayuda a la organización a enfrentarse a un entorno cada vez más complejo, cambiante e incierto, convirtiéndose en un factor decisivo que diferencia a las empresas exitosas de aquellas que solo buscan sobrevivir o defenderse de los desafíos del entorno.

1.1.2. Características de la planificación estratégica.

Tomando en cuenta la opinión de carrera Et al., (2018), las características de la planificación estratégica son las siguientes:

Tiempo: proyección a largo plazo, incluyendo consecuencias y efectos que duran varios años.

Alcance: Comprende la organización como un todo, todos sus recursos y áreas de actividad, y se preocupa por alcanzar los objetivos del nivel organizacional.

Contenido: Genérico, Sintético y Comprensivo

Así como deduce, Sumba et al., (2020) las características de la planificación estratégica deben mantener ciertas cualidades que son importantes para ser consideradas características mismas que se mencionan a continuación:

- La planificación debe ser exacta, incluyendo objetivos específicos que puedan medirse, en lugar de objetivos generales. Además, debe incorporar estrategias o acciones concretas que faciliten la consecución de esos objetivos.
- La planificación debe ser viable; antes de llevarla a cabo, es necesario evaluar los recursos y la capacidad real de la empresa, y establecer objetivos o estrategias que estén dentro de sus posibilidades.
- La planificación debe ser coherente y considerar todos los planes de la empresa, ya sean a largo, mediano o corto plazo. Debe alinearse con los demás planes para asegurar una ejecución eficiente.

1.1.3. Etapas de la planificación estratégica

Según Dávalos y Ramírez (2019), en la planificación estratégica se logran identificar tres fases. Mismas que están compuesta por la inicial y más importante es la formulación de la estrategia, seguidamente por la puesta en práctica, y, por último, el monitoreo y retroalimentación de la estrategia. A continuación, se detallan las mismas.

1.1.4. Formulación de la Estrategia

1. Análisis de la industria.
2. Perfil Empresarial.
3. Análisis del ambiente.
4. Desarrollo de estrategias alternativas.
5. Elección de estrategias.
6. Prueba de congruencia

1.1.5. Implementación de la Estrategia

- 2 Diseño de una Estructura Organizacional
1. Diseño de sistemas de control
2. Adecuación de la estrategia, la estructura, y los controles.
3. Manejo de conflictos, las políticas y el cambio.
4. Evaluación y control de la estrategia.

1.1.6. Proceso de la planificación estratégica

Expresa, Di Blasi (2022), el proceso de planificación estratégica se compone de tres fases distintas. La primera etapa identifica el estado actual y evalúa la realidad de la empresa en el contexto de la industria en la que opera, considerando sus oportunidades, limitaciones, alcance y otras circunstancias que deberán abordarse durante su evolución, además de la estructura del plan estratégico.

De acuerdo con, Ruiz (2022) la segunda fase consiste en la implementación de la estrategia dentro de la empresa, donde es crucial examinar y establecer una estructura organizacional adecuada. Finalmente, la última fase es la evaluación, en la que se utilizarán indicadores de gestión para verificar que los objetivos planteados se estén alcanzando.

Además, García Et al. (2017), el proceso de planificación estratégica es un instrumento que permite realizar un análisis detallado, posibilitando así decisiones coherentes con las metas

y directrices definidas. De igual manera, implica el desarrollo de una táctica para la entidad, que se organiza en torno a esta. La planificación estratégica es el mecanismo para generar dicha táctica y para ajustarla según se requiera.

1.1.7. Matriz FODA

Como expresa, Delgado Et al. (2023) el análisis FODA es un instrumento que proporciona una visión clara de la situación actual de una empresa, permitiendo obtener un diagnóstico preciso que facilita la toma de decisiones alineadas con las metas y políticas establecidas. Es importante mencionar que el termino FODA se deriva de cada inicial de las siguientes palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenas, mismas que son medidas tanto de manera interna como externa.

Enfatizan Niveló y Pulla (2019), que el análisis FODA implica evaluar los factores tanto internos positivos o negativos de una organización, así como también examinar su entorno externo, incluyendo las oportunidades y los riesgos. Esta herramienta, es de suma importancia debido a que se considera bastante accesible, ofrece una visión general de la situación estratégica de una entidad específica.

1.1.8. Mapa Estratégico

Como expresan Navarrete Et al. (2023), un mapa estratégico es una representación gráfica exhaustiva de la estrategia de una organización, que muestra cómo se genera valor a través de una secuencia de relaciones de causa y efecto entre los objetivos y las tácticas. Un mapa estratégico es aquel que puede ayudar a la dirección de la empresa al logro de sus objetivos al momento de involucrar a los empleados, mismos que obtienen una clara comprensión de los planes y el proceso para llevarlos a cabo.

Ghiglione (2021), alude que el mapa estratégico es una herramienta que vincula la creación de la estrategia con su ejecución. Debe transmitir de manera clara la misión, visión y estrategias de cualquier organización, facilitando la gestión de acciones que alcancen los

objetivos estratégicos. Ayuda a entender adecuadamente las relaciones de causa y efecto entre las estrategias y las acciones tanto internas como externas, asegurando su viabilidad y enfocando los esfuerzos hacia la satisfacción de las expectativas de los clientes.

1.2. Direccionamiento empresarial

Definen Lora Et al. (2021), que el direccionamiento estratégico incluye una serie de etapas destinadas a diseñar, implementar y revisar acciones que ayuden a la entidad a lograr sus metas, reconociendo elementos clave tanto del ambiente interno como externo, y estableciendo objetivos y tácticas de naturaleza contingente, analizándolas y seleccionando la que ofrezca mayor relevancia y adecuación según la situación presente.

De acuerdo con Figueroa Et al. (2022) el direccionamiento empresarial permite identificar los factores que afectan interna y externamente a la organización, mediante el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este estudio se transforma en una herramienta para tomar decisiones informadas que guíen al éxito de la empresa.

1.2.1. Importancia del direccionamiento empresarial

Como enfatiza Burbano (2017), la importancia del direccionamiento estratégico de la empresa es sumamente importante debido a que este enfoca en cómo la organización intenta ajustarse a su entorno, en competencia constante y sistemática con otras empresas. Así, la estrategia de la empresa se enfrenta a la incertidumbre sobre las posibles acciones y respuestas de las demás empresas competidoras, tanto en los mercados de insumos como en los de bienes.

González (2019), argumente el direccionamiento empresarial en las empresas es muy importante, ya que este tiene como objetivo establecer el direccionamiento de la empresa en el futuro, Por ende, las acciones plantean esta dirección estos deben estar en un mismo sentido. Las organizaciones deben ser lo suficientemente adaptables para reorganizar toda su estructura empresarial, de manera que puedan responder a los cambios estratégicos y desafíos del mercado.

1.2.2. Análisis estratégico

Señalan Aguilera y Riascos (2016), el análisis estratégico es una tarea que requiere realizar un diagnóstico inicial tanto interno como externo para luego fijar los objetivos a lograr. Con los objetivos definidos, se establecen las estrategias que formalizan la orientación hacia el uso de las TIC (metodología), teniendo en cuenta los plazos (cronograma) y los recursos necesarios. Finalmente, se lleva a cabo la ejecución de la actividad planificada estratégicamente.

Tal como menciona Acero (2023), el análisis estratégico es una ilustración gráfica ya que este facilita el análisis y estudio de diversos indicadores ya sea de categoría pequeña o micro, que tienen un impacto significativo, con el objetivo de mejorar la competitividad de países, sociedades y territorios, así como de las organizaciones empresariales.

1.2.3. Formulación estratégica

Desde la posición de Peñafiel et al., (2020), la formulación estratégica es la base esencial para la dirección estratégica, ya que traza el camino hacia el éxito. No obstante, este camino puede verse influenciado por numerosos factores internos y externos. Por esta razón, los expertos en el área se concentran en aspectos específicos para determinar el proceso adecuado en el desarrollo de una estrategia.

Empleando las palabras de González et al., (2021), el desarrollo de la misión, visión, la identificación de amenazas y oportunidades externas, la determinación de fortalezas y debilidades, y el establecimiento de objetivos e iniciativas que la organización debe seguir, son componentes de la formulación estratégica. Este término a menudo se asocia con la planificación estratégica debido a las similitudes entre ambos conceptos.

1.2.4. Implementación Estratégica

Como expresan Andrade y Flores (2019), la implementación consiste en una serie de pasos iniciales previos a la ejecución de la estrategia. Esta etapa implica una preparación en

cuanto a la asignación de recursos y capacidades, asegurando que la ejecución sea no solo viable, sino también eficiente y eficaz desde todas las perspectivas.

1.2.5. Toma de decisiones

Definen Fonseca & Cornelio (2022), a la toma de decisiones estratégicas como un proceso en el que la alta dirección de una organización selecciona y ejecuta acciones para enfrentar problemas y aprovechar oportunidades tanto externas como internas. Estas decisiones permiten coordinar coherentemente los recursos y capacidades de la organización, asegurando el cumplimiento de las metas, objetivos y la estrategia institucional. Esto facilita un desarrollo continuo y ajustes exitosos en la planificación estratégica de la organización.

En la opinión de Castrellón et al., (2021), la toma de decisiones es una actividad esencial en el ciclo de vida de cualquier persona. Las decisiones que se toman determinan las acciones que una persona sigue para alcanzar ciertos objetivos, como satisfacer su propio bienestar. Una decisión acertada es aquella que se alinea estrechamente con las preferencias del individuo. No obstante, existen muchas situaciones en las que tomar decisiones correctas y, además, rápidas, puede ser un desafío para la persona.

CAPITULO II

2. Diagnostico o estudio de campo

A través de este capítulo se podrá conocer las falencias que esta empresa presenta, por ende, al momento de aplicar las técnicas adecuadas se logrará evaluar y dar solución a cada uno de los problemas que esta tiene como tal, por consiguiente, se podrá conocer los distintos datos de la empresa entre ellos RUC, nombre del propietario entre otros.

2.2. Antecedentes de la empresa

Propietario: César Augusto Sinchiguano Chiriboga

RUC: 1720659406001

Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler

Teléfono: 0990296602

Correo: robotia.ec@gmail.com

2.3. Descripción de la empresa

Robotia es el fruto de una visión clara, un propósito firme y una pasión por la innovación que transformó un pequeño emprendimiento en un referente del diseño personalizado y la tecnología avanzada. Fundada en 2020 por César Sinchiguano, la empresa comenzó ofreciendo servicios de copias e impresiones, en un contexto desafiante: en pleno auge de la pandemia global, cuando muchas empresas cerraban sus puertas, Robotia decidió abrir las suyas, impulsada por una fe inquebrantable y una determinación de prosperar

2.4. Actividad Económica

Hoy, Robotia se destaca en el mercado de las gigantografías personalizadas, la impresión de camisetas, gorras y tazas con técnicas avanzadas y tecnología de última generación. También se especializa en la creación de letreros en cartulina metalizada utilizando tecnología láser, lo que le ha permitido ofrecer productos únicos y de alta calidad para eventos, empresas y clientes particulares.

2.5. Métodos

2.5.1. *Método Inductivo*

Para Arbulú (2023), el enfoque inductivo, conocido también como análisis exploratorio o método ascendente, se caracteriza por permitir la identificación de regularidades y relaciones entre eventos, las cuales se utilizan como base para diseñar modelos operativos de sistemas. Entre las variantes más comunes de este enfoque se encuentra el denominado "inductivismo ingenuo". Por otra parte, el método bayesiano de validación de hipótesis, reconocido ampliamente como una técnica científica, puede considerarse una evolución avanzada del enfoque inductivo.

2.5.2. *Método Deductivo*

Considerando a López y Roldán (2020), se manifiesta que, en el método hipotético-deductivo, es fundamental iniciar con hipótesis consideradas "verdaderas", ya que, al emplear un razonamiento válido, el método asegura que la verdad se preserve desde las premisas hasta la conclusión. Por consiguiente, si se produce una refutación, esto sugiere que una o varias de las hipótesis iniciales son incorrectas, lo que las invalida como parte del conocimiento científico.

2.5.3. *Método Analítico*

Por consiguiente, como manifiesta, Herszenbaun (2022), el método analítico presenta importantes limitaciones. En primer lugar, no puede garantizar una correspondencia adecuada entre concepto y objeto, ya que no genera su objeto de manera conceptual, sino que lo toma tal como se presenta. Este método parte de un objeto empírico, hallado de manera circunstancial, y posteriormente desarrolla sus determinaciones lógicas no mediante un proceso de deducción plenamente racional, sino basándose en el objeto contingente identificado. Como resultado, las determinaciones conceptuales que se obtienen carecen de una justificación racional sólida, ya que no son estrictamente deducidas, sino simplemente descubiertas.

2.6. Técnicas

2.6.1. Entrevista

Como indican, Feria Et al. (2022), entrevista se refiere al conjunto de normas y procedimientos que facilitan al investigador establecer una conexión con el objeto o sujeto de estudio, permitiéndole obtener resultados prácticos en el ámbito científico. Además, puede entenderse como una operación específica del método, vinculada a los recursos empleados y las condiciones necesarias para su implementación efectiva.

2.6.2. Encuesta

Tomando en cuenta a Blanchar y Martínez (2024), la encuesta es una técnica de recolección de datos que implica la formulación y administración de un conjunto de preguntas a una muestra representativa de individuos con el fin de recopilar información sobre una problemática en particular, suele ser ampliamente utilizada debido a que permite obtener datos de modo rápido y eficaz

2.7. Resultados Obtenidos

2.7.1. Resultados obtenidos de la entrevista

1. ¿Cuál es la visión y misión actual de “Robotia” Gigantografías?

La empresa no cuenta con visión y misión

2. ¿Cómo describiría la situación actual de la empresa en términos de competitividad en el mercado?

En cuanto competitividad, es importante recalcar que, cualquier tipo de empresa va a tener que enfrentar por cómo estamos en constante evolución, si la empresa como tal no se expande corre el riesgo de quebrar, por ello en la actualidad estamos por expandirnos debido a que la competencia ya ofrece productos terminados y nosotros no, entonces debido a ello necesitamos expandirnos porque la competencia es fuerte manifestó el gerente propietario.

3. ¿Qué factores internos y externos considera que afectan más el desempeño de la empresa?

En cuanto a factores internos tenemos el espacio físico, la empresa actualmente necesita crecer, tiene los medios para crecer, pero el espacio físico nos perjudica bastante, por ende, estamos en proyectos de crecimiento físico y por ende poder incrementar el proceso de producción, mientras que en la parte externos nos debilita la posibilidad de darnos a conocer más, establecer estrategias de marketing y mejorar en la parte externas, indicó el gerente.

4. ¿Cómo se toman las decisiones estratégicas dentro de la empresa?

Según menciona el gerente, las decisiones tomadas dentro de la empresa lo hacemos en base a un histórico digital, cabe recalcar que como empresa tenemos un registro de entradas y salidas, a través de ello tomamos las decisiones adecuadas para la empresa.

5. ¿Qué herramientas o metodologías emplean para desarrollar su planificación estratégica?

Las herramientas que utilizamos mayormente es la paquetería que ofrece Microsoft Office 365, con la finalidad de hacer un tracking de todos los cambios que se van presentando en la empresa especialmente Excel, mismo el que se registran las ventas diarias.

6. ¿Qué oportunidades en el mercado local o regional cree que la empresa podría aprovechar mediante una mejor planificación estratégica?

En la empresa tenemos 3 líneas de producción podemos abarcar 2 de ellas tanto tecnología existe la deficiencia de suministro de productos tecnológicos como por ejemplo portátiles, computadores entre otros, mientras que en el área de gigantografía se podría aprovechar mucho, es decir tratar de implementar nuevas líneas de trabajo que dentro de esa línea como letreros en 3D

7. ¿Existen áreas críticas dentro de la empresa que requieren una planificación más detallada?

En la parte de gigantografía si se necesita tener una planificación, es decir conocer bien el tipo de producto, tratar de hacer un seguimiento del movimiento del producto, saber también que es lo que el cliente requiere, y en base a eso tratar de crecer como empresa

8. ¿La empresa cuenta con recursos suficientes (financieros, tecnológicos, humanos) para implementar una estrategia a largo plazo?

Bueno financieramente creo que sí la empresa puede tranquilamente solventar muchas inversiones, que se puedan tomar algunas decisiones en la parte de inversiones entonces no tendríamos inconvenientes en la parte de tecnológica entonces esa parte actualmente digamos que estamos bien como estamos, pero nos gustaría estar mejor entonces tenemos objetivos claro, es decir recursos tecnológicos que nos gustaría adquirir de la mano con la parte financiera que más adelante lo podemos cumplir, quizás por la parte del espacio físico no se lo ha llegado a realizar, de ahí el problema sería la parte humana a veces muy complejo encontrar gente que tenga el conocimiento adecuado para poder manipular ciertos equipos que en este caso en la parte de gigantografías existe entonces por ahí podría ser que tenemos falta de recursos.

9. ¿Qué tipo de capacitaciones o mejoras cree que el personal necesita para alinearse con los objetivos estratégicos?

En este esta pregunta es que el personal se sienta a gusto en la empresa que se apersona del negocio entonces creo que por ahí podríamos incrementar un tipo de capacitaciones de cómo ser un mejor colaborador en la parte de relaciones humanas también podría ser, de ahí tratar de crear estos tipos de capacitaciones para mejorar la comunicación interna también eso, creo que necesitamos tratar de mejorar para alinearlos con los objetivos estratégico y poder crecer.

10. ¿Qué resultados específicos espera alcanzar con la implementación de un nuevo plan estratégico?

Creer tanto físicamente y también tratar de alcanzar esa satisfacción de los clientes cada vez que visiten en el local, es uno de los objetivos que podría decir que también con esta planificación podemos sacar el provecho es decir, ver puntos débiles en la cual se está fallando y poder tomar decisiones correctivas o si no tratar de desalinearte del negocio

11. ¿Cómo medirán el éxito de la planificación estratégica en términos de metas alcanzadas?

Para medir el éxito yo creo que tranquilamente iría de la mano ya con las metas que se han alcanzado, es decir, si se logra expandir el negocio tanto físicamente como llegar a más clientes, entonces creo que eso ya sería un indicador para medir niveles y eso se lo puede ver quizás en la parte económica, es decir cómo subirían las ventas si estas suben significa que gracias al plan estratégico que sé que se vaya a seguir podemos definir que las metas han sido alcanzadas.

Análisis: La empresa se encuentra en una etapa crucial para su desarrollo, enfrentando diversos desafíos internos y externos que limitan su capacidad de crecimiento. Uno de los principales problemas identificados es la falta de una visión y misión claras, lo que impide que todos los esfuerzos y objetivos estén alineados hacia una dirección estratégica definida. Además, el espacio físico reducido representa un obstáculo significativo para aumentar la producción y expandir las operaciones, a pesar de contar con los recursos financieros necesarios para invertir en mejoras. Internamente, también se ha identificado una carencia de personal especializado, especialmente en áreas clave como gigantografía, lo que dificulta la implementación de nuevas líneas de productos, como letreros en 3D, que podrían ser una fuente importante de innovación y crecimiento.

En cuanto al entorno externo, la empresa enfrenta una fuerte competencia en el mercado, ya que otras organizaciones han comenzado a ofrecer productos terminados que está aún no proporciona. Esta situación ha obligado a la empresa a planificar su expansión y diversificar su oferta para mantenerse competitiva. No obstante, también se ha reconocido la necesidad de fortalecer las estrategias de marketing y promoción para mejorar su alcance y posicionamiento en el mercado, lo que permitiría atraer a más clientes y aumentar la visibilidad de la empresa.

Las decisiones dentro de la organización se toman con base en registros históricos digitales, lo que refleja un buen manejo de la información operativa. Herramientas como Microsoft Excel, parte de la paquetería Office 365, son utilizadas para registrar y monitorear las ventas diarias y los cambios operativos, garantizando un cierto nivel de control y seguimiento. Sin embargo, esta metodología podría complementarse con herramientas más avanzadas que permitan una mayor eficiencia en la toma de decisiones estratégicas.

En el ámbito financiero, la empresa demuestra una capacidad sólida para realizar inversiones y cubrir necesidades inmediatas. Sin embargo, la falta de espacio físico ha retrasado la adquisición de nuevos recursos tecnológicos que podrían optimizar los procesos de producción. Este retraso, sumado a la dificultad para encontrar talento humano capacitado, ha limitado el potencial de crecimiento en áreas clave. Por otro lado, el clima laboral es un aspecto que se reconoce como prioritario para mejorar. Se ha identificado la necesidad de implementar capacitaciones que no solo fortalezcan las habilidades técnicas del personal, sino que también promuevan un mejor ambiente de trabajo, fomentando la comunicación interna y el compromiso de los colaboradores.

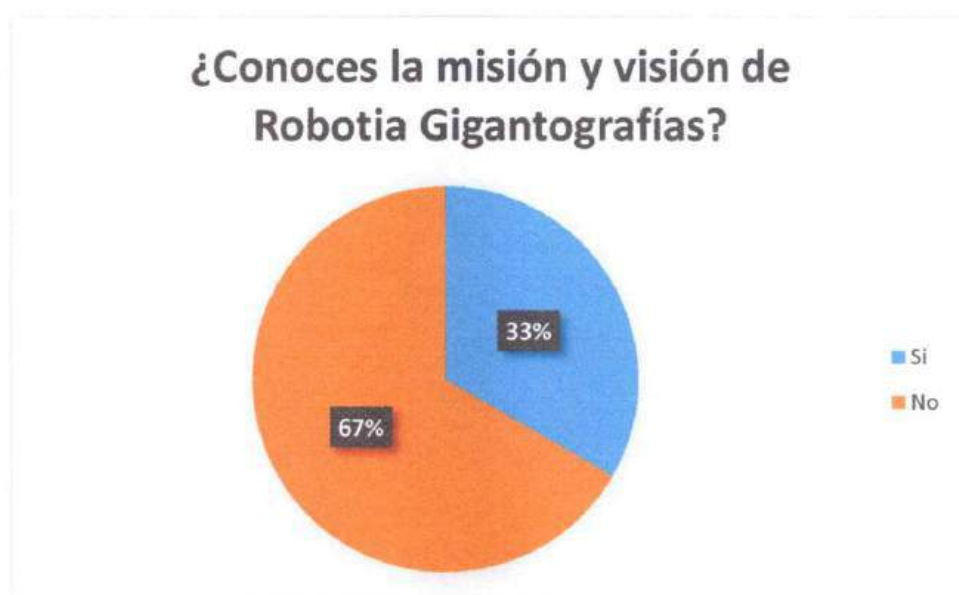
Finalmente, los objetivos de la empresa están orientados a crecer tanto físicamente como en su alcance de mercado, priorizando la satisfacción del cliente y el incremento de las ventas como indicadores clave del éxito. Para lograrlo, es fundamental implementar un plan

estratégico integral que permita identificar y corregir las debilidades actuales, aprovechar las oportunidades de expansión y alinearse con las metas a largo plazo. Solo así la empresa podrá superar los desafíos que enfrenta, mantenerse competitiva y consolidarse como un referente en su sector.

2.7.2. Resultados Obtenidos de la Encuesta

¿Conoces la misión y visión de Robotia Gigantografías?

Figura 1 ¿Conoces la misión y visión de Robotia Gigantografías?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados

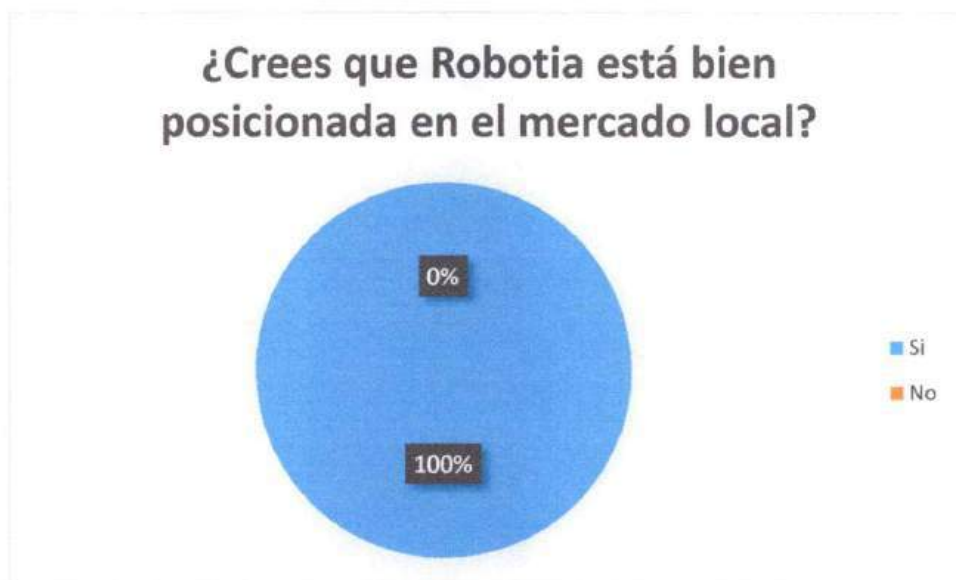
Elaborado por: Autores

Descripción: De las 3 personas que fueron encuestadas manifiestan que el 67% indica que el no conocen la misión y Visión de Robotia Gigantografía, el otro 33% manifiesta que si conoce lo antes mencionado.

Análisis: El resultado obtenido en esta interrogante indica que no todos los colaboradores tienen conocimiento acerca de la misión y visión de la empresa Robotia Gigantografía, es necesario hacer énfasis en que se considere parte importante darles a conocer que es misión y visión dado el hecho que el gerente propietario en su entrevista indicó que la empresa no cuenta con lo antes mencionada.

¿Crees que Robotia está bien posicionada en el mercado local?

Figura 2 ¿Crees que Robotia está bien posicionada en el mercado local?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores

Descripción: En esta interrogante fue importante conocer si los colaboradores están convencidos de que la empresa como tal tiene una buena posición en el mercado local a lo que el 100% de las personas encuestadas manifestaron que creen en que Robotia tiene una buena posición en el mercado local.

Análisis: Es importante recalcar de que el 100% de las personas encuestadas están convencidos en su totalidad de que la empresa esta bien posicionada en el mercado local, lo que significa que la empresa marcha en perfectas condiciones y no presenta riesgo alguno para desenvolverse de manera adecuado en el mercado local.

¿Qué tan importante crees que es la planificación estratégica para el crecimiento de la empresa?

Figura 3 ¿Qué tan importante crees que es la planificación estratégica para el crecimiento de la empresa?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados

Elaborado por: Autores

Descripción: Por consiguiente, es importante realizar la interrogante acerca de la planificación estratégica a lo que las personas que fueron tomadas en cuenta para realizar esta encuesta en su totalidad el 100% indicó que si creen importante la planificación estratégica para el crecimiento de la empresa.

Análisis: Es parte importe recalcar que es de suma importancia lo que opinen los colaboradores de esta empresa por ende hacen énfasis en que consideran de suma importancia que la planificación estratégica beneficie al crecimiento de la empresa.

¿Consideras que la empresa tiene objetivos claros a largo plazo?

Figura 4 ¿Consideras que la empresa tiene objetivos claros a largo plazo?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados

Elaborado por: Autores

Descripción: En este apartado se consideró preguntar acerca de los objetivos de la empresa a largo plazo, de esta manera se logró conocer que el 33% indicó que la empresa si tiene los objetivos a largo plazo de manera clara, mientras que el otro 67% deduce que no son lo suficientemente claros.

Análisis: Es importante que la empresa posea objetivos a largo plazo de manera clara debido a que los objetivos de cierta forma son metas a las que la empresa se propone alcanzar, por ende, se debería trabajar en ello y plantear objetivos claros y específicos para que esta como tal no tengo inconveniente alguno en un futuro.

¿La comunicación interna sobre los objetivos estratégicos es efectiva?

Figura 5 ¿La comunicación interna sobre los objetivos estratégicos es efectiva?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados

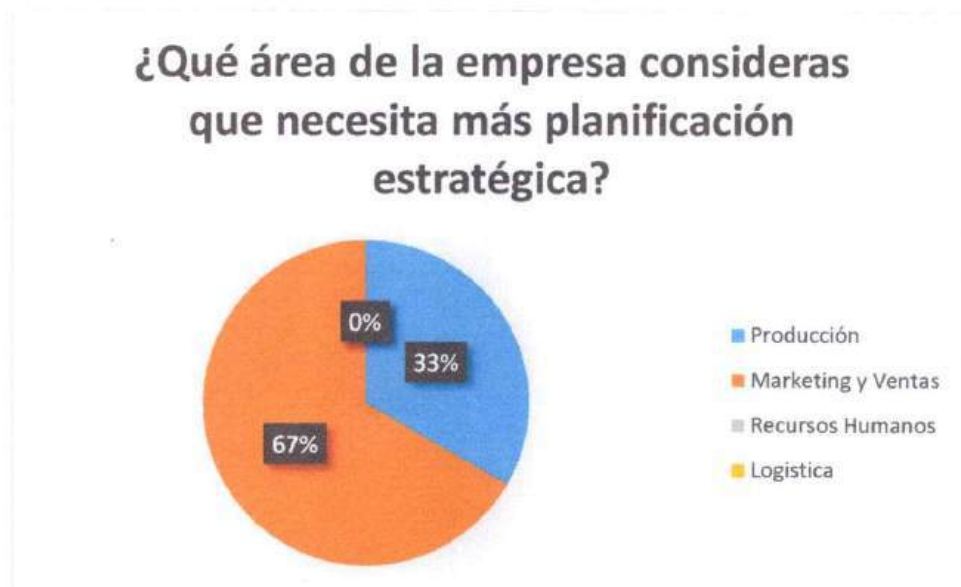
Elaborado por: Autores

Descripción: En este caso fue necesario conocer las opiniones de los colaboradores de la empresa en lo cual se les preguntó si la comunicación interna sobre los objetivos estratégicos es efectiva a lo que el 67% indicó que si mientras que el otro 33% dijo que no.

Análisis: Es importante que la comunicación interna sobre los objetivos estratégicos sean 100% efectivos, debido a que si estos no son claros los colaboradores como tal no sabrían hacia donde se dirige la empresa como tal, es por ello que se debería trabajar en la efectiva comunicación en cuanto a objetivos estratégicos se refiere.

¿Qué área de la empresa consideras que necesita más planificación estratégica?

Figura 6 ¿Qué área de la empresa consideras que necesita más planificación estratégica?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados

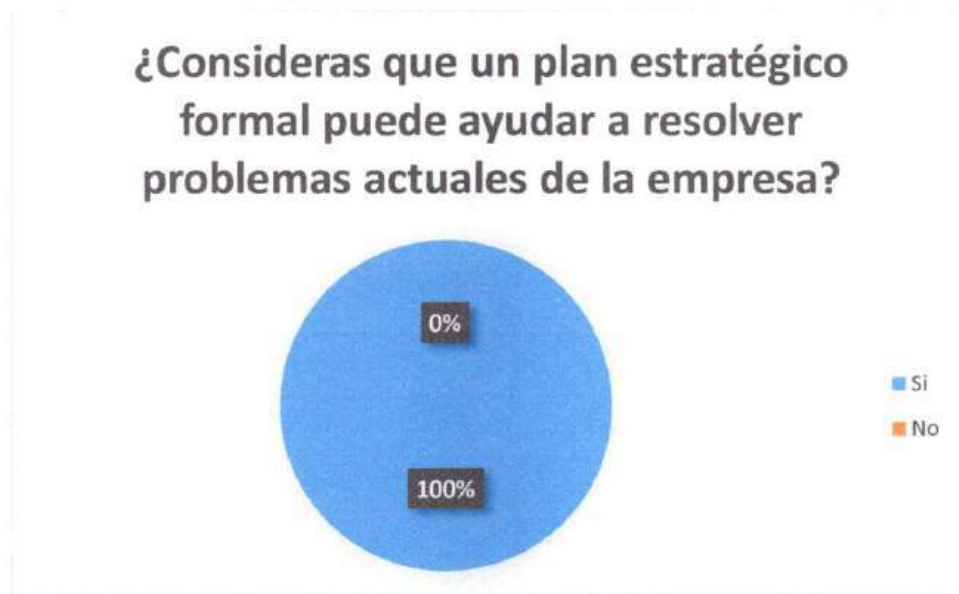
Elaborado por: Autores

Descripción: En este caso se hizo énfasis a las diferentes áreas con las que cuenta la empresa y por ello fue necesario preguntar cuál sería el área que mas necesite de planificación estratégica, para ello las personas encuestadas tomaron en cuenta 2 áreas las cuales son producción, marketing y venta, siendo así a lo el 67% indicó que el área que necesita planificación estratégica sería Marketing y ventas, mientras que el otro 33% señaló que sería producción.

Análisis: Es importante se aplique la planificación estratégica en dichas áreas que indican los colaboradores ya que ellos visualizan que no todo marcha bien debido a que existen falencias en estas áreas, por ello se planteará y ejecutará la planificación estratégica como parte importante de cada departamento que tiene la empresa, cabe recalcar que la planificación estratégica será ejecutada en toda la empresa en el caso de que esta lo requiera.

¿Consideras que un plan estratégico formal puede ayudar a resolver problemas actuales de la empresa?

Figura 7 ¿Consideras que un plan estratégico formal puede ayudar a resolver problemas actuales de la empresa?



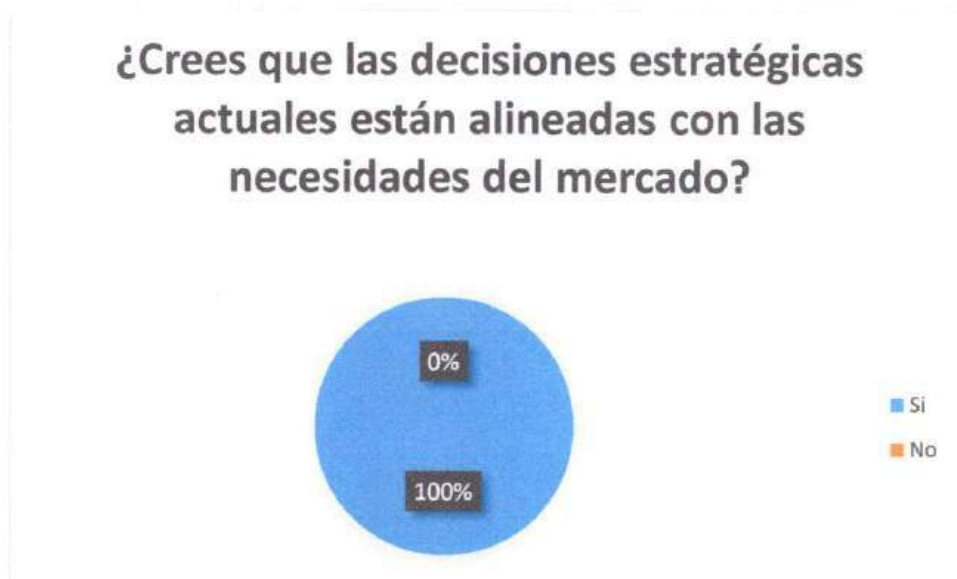
*Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores*

Descripción: En este caso fue importante preguntar si consideran que un plan estratégico formal puede ayudar a resolver problemas actuales de la empresa, a lo que el 100% de los encuestados manifestaron que sí.

Análisis: Es importante se tome en cuenta la opinión de los colaboradores de la empresa y se logre ejecutar un plan estratégico mismo que facilite la resolución de problemas actuales que este atravesando la empresa como tal.

¿Crees que las decisiones estratégicas actuales están alineadas con las necesidades del mercado?

Figura 8 ¿Crees que las decisiones estratégicas actuales están alineadas con las necesidades del mercado?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores

Descripción: Fue importante considerar el tema de las decisiones estratégicas haciendo énfasis en las necesidades del mercado, de tal manera que el 100% consideró que las decisiones estratégicas actuales de la empresa están alineadas con las necesidades del mercado.

Análisis: Es importante se siga trabajando y puliendo las decisiones estratégicas para que estas continúen alineadas a las necesidades del mercado y que no se presente inconveniente alguno en el futuro.

¿Qué tan efectivo consideras el liderazgo en la definición e implementación de estrategias?

Figura 9 ¿Qué tan efectivo consideras el liderazgo en la definición e implementación de estrategias?



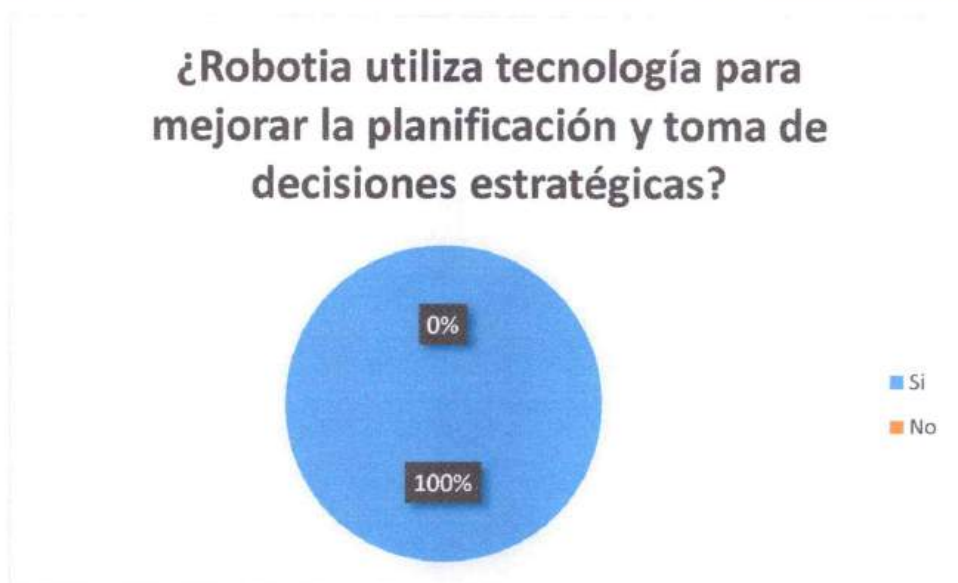
Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores

Descripción: En este literal se realizó la interrogante acerca de que tan efectivo consideran el liderazgo en la definición e implementación de estrategias a lo que respondieron un 33% que es muy efectivo mientras que el otro 67% manifestó que es algo efectivo.

Análisis: Es importante que el 100% de los colaboradores estén convencidos de la efectividad del liderazgo en la definición e implementación de estrategias, por ello los resultados arrojados en esta encuesta incitan que se debería de trabajar mucho mas en la parte estratégica de la empresa.

¿Robotia utiliza tecnología para mejorar la planificación y toma de decisiones estratégicas?

Figura 10 ¿Robotia utiliza tecnología para mejorar la planificación y toma de decisiones estratégicas?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores

Descripción: Fue importante conocer si Robotia utiliza tecnología para mejorar la planificación y toma de decisiones estratégicas a lo que indicaron con un 100% de una respuesta positiva.

Análisis: Es importante se conozca cuales son esas herramientas tecnológicas que esta empresa utiliza debido a que el objetivo de la planificación estratégica es mejorar en ciertos aspectos la empresa y poder tomar decisiones oportunas y adecuadas para la empresa.

¿Los recursos disponibles en Robotia son suficientes para implementar estrategias de crecimiento?

Figura 11 ¿Los recursos disponibles en Robotia son suficientes para implementar estrategias de crecimiento?



Nota: se presenta los resultados obtenidos de los encuestados
Elaborado por: Autores

Descripción: Fue importante conocer acerca de los recursos de la empresa a lo que el 67% manifestó que los recursos que tiene Robotia son suficientes para implementar estrategias de crecimiento, por otro lado, el 33% enfatizó que no son suficientes los recursos.

Análisis: Se deberían utilizar los recursos suficientes para la implementación de estrategias en cuanto a crecimiento empresarial se refiere, por ello se debería implementar estrategias en las que se puedan adquirir muchos mas recursos para la ejecución de estrategias que ayuden a la empresa a evolucionar como tal.

CAPITULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.2. Título

Elaborar la planificación estratégica para el buen direccionamiento empresarial para la empresa " Robotia Gigantografías " en la Ciudad de El Carmen, en el período 2024.

3.3. Justificación

La elaboración de una planificación estratégica para "Robotia Gigantografías" en la Ciudad de El Carmen es esencial en un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico. A medida que el mercado de la publicidad visual evoluciona, las empresas deben adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias y demandas de los consumidores. Una planificación estratégica bien estructurada permitirá a "Robotia Gigantografías" identificar oportunidades de crecimiento, optimizar sus recursos y mejorar su capacidad de respuesta ante los desafíos del sector, asegurando así su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

Además, la planificación estratégica proporciona un marco claro para la toma de decisiones, lo que es crucial para el buen direccionamiento empresarial. Al establecer metas y objetivos específicos, la empresa podrá alinear sus esfuerzos y recursos hacia un propósito común, fomentando la colaboración entre los diferentes departamentos. Esto no solo incrementa la eficiencia operativa, sino que también mejora la moral del equipo al involucrar a todos en el proceso de alcanzar los objetivos organizacionales, creando un sentido de pertenencia y compromiso.

Por último, la implementación de una planificación estratégica permitirá a "Robotia Gigantografías" anticiparse a las fluctuaciones del mercado y a las necesidades cambiantes de sus clientes. Mediante un análisis exhaustivo de la situación actual y la identificación de tendencias emergentes, la empresa podrá innovar en sus servicios y mantenerse relevante en el sector. De esta manera, no solo se fortalecerá su posición en el mercado local, sino que también

se abrirán nuevas oportunidades para expandir su alcance y mejorar su competitividad en el futuro.

3.4. Fundamentos (base legal)

- ❖ Constitución de la República del Ecuador
- ❖ Normas Internacionales de Información Financiera NIIF
- ❖ Normas Internacionales de Contabilidad NIC
- ❖ Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas
- ❖ Código del Trabajo

3.5. Objetivos

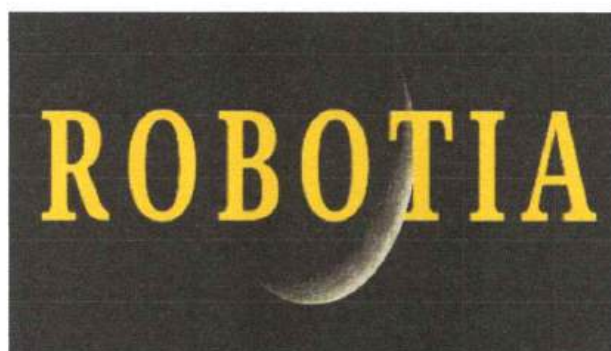
3.5.1. General

Desarrollar una planificación estratégica integral para "Robotia Gigantografías" en la Ciudad de El Carmen, que permita optimizar su desempeño empresarial y fortalecer su competitividad en el mercado durante el año 2024.

3.5.2. Específicos

- ❖ Diseñar misión y visión de la empresa con el fin de lograr una estructura mejorada
- ❖ Elaborar políticas, procedimiento y estrategias que contribuyan el avance de la empresa
- ❖ Elaborar formatos que contribuyan en el registro ordenado de las operaciones y procesos ejecutados por la empresa

3.6. Desarrollo de la propuesta

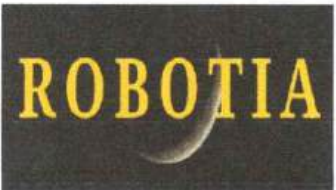


***GUÍA DE PLANIFICACIÓN ESTRÁTEGICA
INTEGRAL PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO
EMPRESARIAL Y FORTALECER SU
COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO EN LA
EMPRESA “ROBOTIA” DURANTE EL AÑO 2024.***

Elaborado por:
Bazurto Ostaiza Kenia

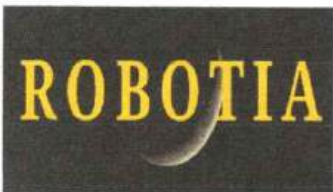
Revisado por:
Ing. Gina Loor Moreira, Mg

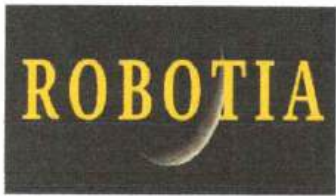
Aprobado por:
César Sinchiguano
Chiriboga

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		1	De	23
Índice				
1.	Introducción.....	5		
2.	Base legal.....	6		
	2.1. Constitución de la República del Ecuador:.....	6		
	2.2. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF):	6		
	2.3. Normas Internacionales de Contabilidad (NIC):	7		
	2.4. Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas:	7		
	2.5. Código del Trabajo:	7		
3.	Misión	8		
4.	Visión.....	8		
5.	Valores.....	8		
6.	Políticas.....	9		
	6.1. políticas de compra	9		
	6.2. políticas de venta	10		
	6.3. políticas de contratación	11		
7.	Procedimientos.....	12		
	7.1. Procedimientos de Producción.....	12		
	7.1.1. Recepción de Pedidos	12		

Proceso de Producción.....	12
7.2. Procedimientos de Ventas.....	13
7.2.2. Cierre de Ventas.....	13
7.3.1. Manejo de Quejas y Reclamos.....	14
7.3.2. Seguimiento Postventa.....	14
7.4.1. Proceso de Contratación	15
7.4.2. Evaluación del Desempeño.....	15
7.5.1. Planificación de Campañas.....	16
7.5.2. Análisis de Mercado	16
8. Estrategias.....	17
8.1. Estrategias de Marketing	17
8.1.1. Marketing Digital:.....	17
8.1.2. Contenido Visual:	17
8.1.3. Colaboraciones Locales:	17
8.2. Estrategias de Ventas	18
8.2.1. Personalización de Productos:	18
8.2.2. Programas de Fidelización:.....	18
8.2.3. Atención al Cliente Excepcional:	18
8.3. Estrategias de Producción.....	19
8.3.1. Optimización de Procesos:.....	19
8.3.2. Control de Calidad:	19

8.3.3.Sostenibilidad:	19			
8.4. Estrategias de Recursos Humanos	20			
8.4.1. Capacitación Continua:.....	20			
8.4.2.Cultura Organizacional Positiva:	20			
8.4.4.Atracción de Talento:.....	20			
8.5. Estrategias Financieras	21			
8.5.1. Optimización de Costos	21			
8.5.2. Diversificación de Fuentes de Ingresos	21			
9. Matriz FODA.....	22			
10. Análisis Estratégico	23			
10. Formato de registro de operaciones diarias	24			
11. Formato de Registro de Procesos.....	25			
12. Formato de Control de Inventario	26			
<table><tr><td>Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia</td><td>Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg</td><td>Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga</td></tr></table>		Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga		

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			2	De	23
1. Introducción					
Robotia Gigantografias se encuentra en la Ciudad de El Carmen. Este entorno dinámico ha permitido a la empresa no solo establecerse, sino también destacar en un mercado competitivo, donde la demanda de servicios de diseño personalizado y tecnología avanzada sigue en aumento. Desde su fundación en 2020 por César Sinchiguano, Robotia ha sabido aprovechar su ubicación para convertirse en un referente en la industria de la impresión y el diseño, ofreciendo productos de alta calidad adaptados a las necesidades de sus clientes. La importancia de Robotia radica en su capacidad para innovar y adaptarse a un contexto desafiante, como lo fue la pandemia global. Mientras muchas empresas cerraban, Robotia abrió sus puertas, impulsada por una visión clara y un propósito firme. La propuesta de elaborar una planificación estratégica para el buen direccionamiento empresarial de "Robotia Gigantografias" en el período 2024 es esencial. Esta planificación permitirá a la empresa establecer objetivos claros, optimizar sus recursos y fortalecer su posición en el mercado. Al implementar un enfoque estructurado y proactivo, Robotia podrá identificar oportunidades de crecimiento, mejorar su competitividad y continuar brindando soluciones innovadoras que satisfagan las expectativas de sus clientes, asegurando así su sostenibilidad y éxito a largo plazo.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		3	De	23

2. Base legal

2.1. Constitución de la República del Ecuador:

La Constitución establece principios fundamentales que rigen la actividad económica en el país, promoviendo el desarrollo sostenible, la protección de los derechos laborales y el fomento de la innovación. Estos principios son esenciales para el establecimiento y operación de empresas como Robotia Gigantografías.

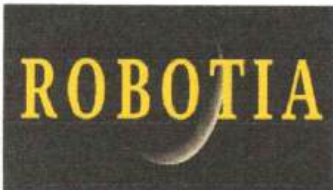
- **Artículo 283:** Establece que el Estado promoverá el desarrollo económico y social, garantizando la igualdad de oportunidades y el derecho al trabajo.
- **Artículo 328:** Reconoce la importancia de la actividad empresarial y la protección de los derechos de los trabajadores.

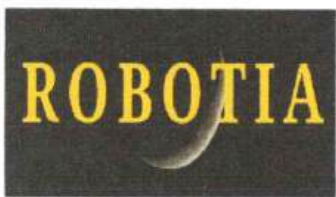
2.2. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF):

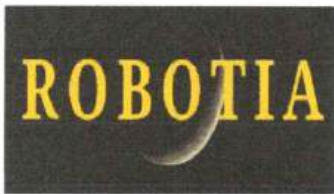
Para Robotia, cumplir con estas normas es crucial para asegurar la transparencia en sus operaciones y facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los stakeholders.

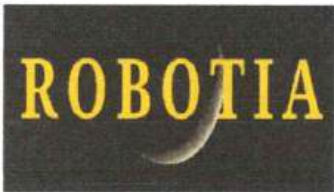
- **NIIF 1:** Proporciona directrices sobre la adopción de las NIIF por primera vez, asegurando que la información financiera sea relevante y fiable.
- **NIIF 15:** Regula el reconocimiento de ingresos, fundamental para empresas como Robotia que dependen de la venta de productos y servicios.

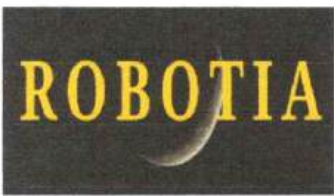
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
--	--	--

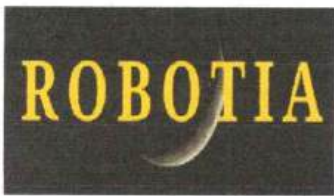
	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		4	De	23
2.3. Normas Internacionales de Contabilidad (NIC):				
Las NIC complementan las NIIF y son fundamentales para el registro y presentación de las transacciones financieras.				
NIC 1: Establece los requisitos generales para la presentación de estados financieros, asegurando que sean comprensibles, relevantes y comparables. NIC 2: Trata sobre la contabilización de inventarios, importante para la gestión de productos impresos en Robotia.				
2.4. Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas:				
Este código regula la planificación y ejecución de las finanzas públicas en Ecuador. Para Robotia, es importante estar alineada con las políticas de desarrollo económico y financiero del país, lo que puede influir en su estrategia de crecimiento y en la obtención de financiamiento.				
Artículo 5: Define los principios de planificación y gestión financiera pública, promoviendo la transparencia y eficiencia en el uso de recursos.				
2.5. Código del Trabajo:				
Artículo 1: Establece la protección de los derechos laborales y la garantía de condiciones de trabajo dignas. Artículo 42: Regula la jornada laboral y el derecho a la remuneración justa, lo cual es fundamental para el manejo del personal en Robotia.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

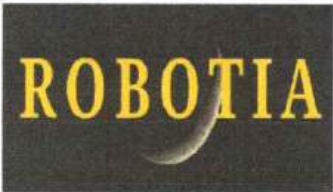
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
	5	De	23		
3. Misión					
En Robotia Gigantografías, nos dedicamos a transformar ideas en realidades a través de soluciones de diseño personalizado y tecnología avanzada. Nuestro compromiso es ofrecer productos de alta calidad, como gigantografías, impresiones de camisetas, gorras y tazas, que superen las expectativas de nuestros clientes. Fomentamos un ambiente de trabajo colaborativo y de aprendizaje continuo, donde cada miembro de nuestro equipo se siente valorado y motivado para innovar y brindar un servicio excepcional					
4. Visión					
"Ser reconocidos como el líder en el mercado de diseño personalizado e impresión en Ecuador, destacando por nuestra capacidad de innovación y calidad en cada producto que ofrecemos. Aspiramos a expandir nuestras operaciones a nivel nacional e internacional, convirtiéndonos en un referente de excelencia y compromiso social, mientras seguimos cultivando un ambiente laboral que promueva el crecimiento y la creatividad de nuestro equipo."					
5. Valores					
Valoramos el esfuerzo y la dedicación de nuestro equipo, promoviendo una cultura de trabajo colaborativo y apoyo mutuo. Nos enfrentamos a los desafíos con determinación y flexibilidad, aprendiendo y creciendo a partir de cada experiencia.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

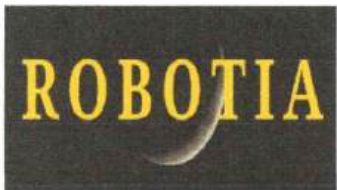
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			6	De	23
6. Políticas					
6.1. políticas de compra					
• Se realizará un proceso de selección riguroso para elegir proveedores que cumplan con estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social. • Se llevará a cabo una evaluación periódica del desempeño de los proveedores, considerando la calidad de los productos, el cumplimiento de plazos de entrega y la atención al cliente. Esto permitirá mantener relaciones comerciales sólidas y efectivas. • Se fomentará la compra de materiales y productos que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. • Todas las transacciones de compra serán documentadas y se mantendrá un registro claro de las condiciones acordadas, precios y plazos de entrega, garantizando la transparencia en el proceso de adquisición. • El equipo encargado de las compras recibirá capacitación continua sobre tendencias del mercado, evaluación de proveedores y gestión de costos, asegurando decisiones informadas y estratégicas. • Se promoverá una cultura de negociación justa y ética con los proveedores, buscando acuerdos que beneficien a ambas partes y fomenten relaciones comerciales a largo plazo.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

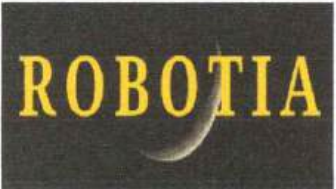
	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			7	De	23
6.2. políticas de venta					
• Se realizará un control de calidad riguroso antes de la entrega al cliente. • Se establecerán canales de comunicación accesibles para facilitar el contacto. • Se ofrecerá un servicio de personalización en todos los productos, permitiendo a los clientes diseñar sus propias opciones y asegurando que el resultado final refleje sus expectativas y necesidades. • Se establecerá una política clara de devoluciones y cambios, permitiendo a los clientes devolver productos defectuosos o insatisfactorios dentro de un plazo determinado, siempre que se cumplan las condiciones establecidas. • Se implementarán promociones y descuentos estratégicos para incentivar las ventas, especialmente en temporadas clave o para clientes frecuentes, siempre comunicando claramente los términos y condiciones. • Se garantizará el cumplimiento de los plazos de entrega acordados con los clientes, comunicando proactivamente cualquier posible retraso y buscando soluciones alternativas cuando sea necesario.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

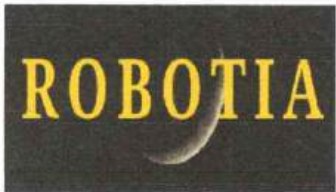
	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		8	De	23
6.3. políticas de contratación • Robotia Gigantografías se compromete a proporcionar igualdad de oportunidades en el proceso de contratación, sin discriminación por motivos de raza, género, edad, discapacidad, orientación sexual o cualquier otra condición. Todos los candidatos serán evaluados en función de sus habilidades y experiencia. • Se establecerá un proceso de selección claro y transparente, que incluirá la publicación de ofertas de trabajo, la revisión de currículos, entrevistas y evaluaciones. • Se realizarán pruebas prácticas o entrevistas basadas en competencias para asegurar que los postulantes se alineen con los valores y objetivos de la empresa. • Se implementará un programa de inducción para todos los nuevos empleados, que incluirá información sobre la misión, visión y valores de la empresa, así como sobre políticas internas y procedimientos. • Se realizará una verificación de antecedentes y referencias laborales de todos los candidatos seleccionados antes de su contratación.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga		

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		9	De	23
7. Procedimientos				
7.1. Procedimientos de Producción				
7.1.1. Recepción de Pedidos				
Descripción: Proceso para recibir y registrar pedidos de clientes.				
Pasos:				
❖ Recepción del pedido a través de correo, teléfono o plataforma en línea. ❖ Verificación de la información del cliente y detalles del pedido. ❖ Registro en el sistema de gestión de pedidos.				
Proceso de Producción				
Descripción: Procedimiento para la fabricación de productos en gigantografías.				
Pasos:				
❖ Selección de materiales adecuados (vinilo, lona, papel, etc.). ❖ Preparación de herramientas y equipos (impresoras, cortadoras, etc.). ❖ Verificación de la disponibilidad de insumos y herramientas. ❖ Diseño gráfico y aprobación por parte del cliente. ❖ Impresión de la gigantografía según las especificaciones. ❖ Corte y acabado de la gigantografía (ojales, refuerzos, etc.). ❖ Control de calidad durante el proceso de producción.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

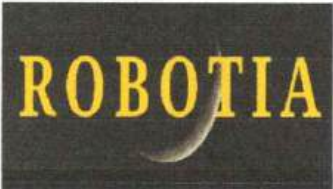
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		10	De	23
7.2. Procedimientos de Ventas				
7.2.1. Proceso de Cotización				
Descripción: Procedimiento para elaborar y enviar cotizaciones a clientes.				
Pasos:				
❖ Recepción de la solicitud de cotización. ❖ Elaboración de la cotización según especificaciones del cliente. ❖ Envío de la cotización al cliente y seguimiento.				
7.2.2. Cierre de Ventas				
Descripción: Proceso para formalizar la venta.				
Pasos:				
❖ Confirmación del pedido por parte del cliente. ❖ Generación de la factura y condiciones de pago. ❖ Registro de la venta en el sistema contable.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

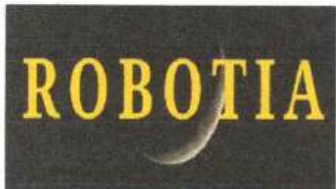
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
	11	De	23		
7.3. Procedimientos de Atención al Cliente					
7.3.1. Manejo de Quejas y Reclamos					
Descripción: Procedimiento para gestionar quejas y reclamos de clientes.					
Pasos:					
❖ Recepción de la queja a través de canales establecidos. ❖ Registro de la queja en el sistema. ❖ Investigación y resolución del problema. ❖ Comunicación de la solución al cliente.					
7.3.2. Seguimiento Postventa					
Descripción: Proceso para realizar seguimiento a la satisfacción del cliente después de la venta.					
Pasos:					
❖ Contacto con el cliente para evaluar su satisfacción. ❖ Recopilación de feedback sobre el producto y servicio. ❖ Implementación de mejoras basadas en la retroalimentación.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

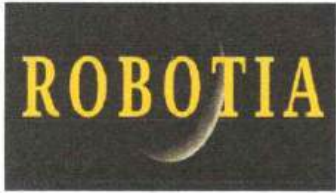
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		12	De	23
7.4. Procedimientos de Recursos Humanos 7.4.1. Proceso de Contratación Descripción: Procedimiento para la selección y contratación de personal. Pasos: ❖ Publicación de la oferta de trabajo. ❖ Recepción y revisión de currículos. ❖ Entrevistas y selección de candidatos. ❖ Incorporación y capacitación del nuevo empleado. 7.4.2. Evaluación del Desempeño Descripción: Proceso para evaluar el desempeño de los empleados. Pasos: ❖ Establecimiento de objetivos y expectativas claras. ❖ Evaluación periódica del desempeño. ❖ Retroalimentación y planes de desarrollo personal.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga		

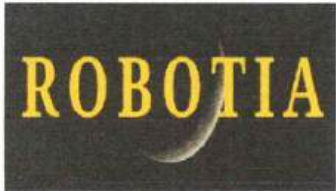
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
	13	De	23		
7.5. Procedimientos de Marketing					
7.5.1. Planificación de Campañas					
Descripción: Procedimiento para planificar y ejecutar campañas de marketing.					
Pasos:					
❖ Definición de objetivos de la campaña. ❖ Selección de canales de marketing adecuados. ❖ Creación de contenido y materiales promocionales. ❖ Ejecución y monitoreo de la campaña.					
7.5.2. Análisis de Mercado					
Descripción: Proceso para realizar estudios de mercado y análisis de la competencia.					
Pasos:					
❖ Recopilación de datos sobre tendencias del mercado. ❖ Análisis de la competencia y posicionamiento. ❖ Presentación de informes y recomendaciones estratégicas.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

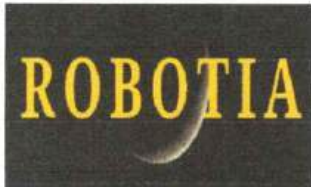
	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		14	De	23
8. Estrategias				
8.1. Estrategias de Marketing				
8.1.1. Marketing Digital:				
Descripción: Utilizar plataformas digitales para promocionar productos.				
Acciones:				
• Crear una página web optimizada para SEO. • Implementar campañas en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn). • Utilizar publicidad pagada (Google Ads, anuncios en redes sociales).				
8.1.2. Contenido Visual:				
Descripción: Aprovechar la naturaleza visual del negocio.				
Acciones:				
• Publicar fotos y videos de productos terminados en redes sociales. • Crear tutoriales o demostraciones sobre el uso de productos. • Compartir testimonios de clientes satisfechos.				
8.1.3. Colaboraciones Locales:				
Descripción: Establecer alianzas con otras empresas locales.				
Acciones:				
• Colaborar con eventos comunitarios o ferias. • Ofrecer promociones conjuntas con otras empresas. • Participar en exposiciones y ferias comerciales.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		15	De	23
8.2. Estrategias de Ventas				
8.2.1. Personalización de Productos:				
Descripción: Ofrecer opciones personalizadas para atraer a más clientes.				
Acciones:				
• Permitir que los clientes diseñen sus propios productos (camisetas, tazas, etc.). • Ofrecer muestras o prototipos antes de la producción final.				
8.2.2. Programas de Fidelización:				
Descripción: Implementar un sistema para recompensar a clientes frecuentes.				
Acciones:				
• Ofrecer descuentos o promociones especiales a clientes recurrentes. • Crear un programa de puntos que los clientes puedan canjear por productos.				
8.2.3. Atención al Cliente Excepcional:				
Descripción: Diferenciarse a través de un servicio al cliente superior.				
Acciones:				
• Capacitar al personal para manejar quejas y consultas de manera efectiva. • Realizar seguimientos postventa para asegurar la satisfacción del cliente.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga		

	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		16	De	23
8.3. Estrategias de Producción				
8.3.1.Optimización de Procesos:				
Descripción: Mejorar la eficiencia en la producción.				
Acciones:				
• Implementar metodologías como Lean Manufacturing para reducir desperdicios. • Automatizar tareas repetitivas donde sea posible.				
8.3.2. Control de Calidad:				
Descripción: Asegurar que todos los productos cumplan con estándares de calidad.				
Acciones:				
• Establecer un sistema de control de calidad en cada etapa de producción. • Realizar auditorías periódicas para identificar áreas de mejora.				
8.3.3.Sostenibilidad:				
Descripción: Adoptar prácticas sostenibles en la producción.				
Acciones:				
• Utilizar materiales reciclables y eco-amigables. • Implementar un programa de reducción de residuos en el proceso de producción.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		17	De	23
8.4. Estrategias de Recursos Humanos				
8.4.1. Capacitación Continua:				
Descripción: Invertir en el desarrollo profesional de los empleados.				
Acciones:				
• Ofrecer talleres y cursos de formación relacionados con el negocio. • Fomentar la asistencia a conferencias y eventos del sector.				
8.4.2. Cultura Organizacional Positiva:				
Descripción: Promover un ambiente de trabajo saludable y motivador.				
Acciones:				
• Realizar actividades de team building y reconocimiento de logros. • Fomentar la comunicación abierta y el feedback constructivo.				
8.4.4. Atracción de Talento:				
Descripción: Atraer a los mejores talentos del mercado.				
Acciones:				
• Ofrecer paquetes de beneficios atractivos. • Promover la marca empleadora a través de redes sociales y eventos de reclutamiento.				
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			18	De	23
8.5. Estrategias Financieras					
8.5.1. Optimización de Costos					
Descripción: Analizar y reducir costos operativos sin comprometer la calidad del producto.					
Acciones:					
- Realizar un análisis detallado de los costos de producción y buscar proveedores alternativos más económicos. - Implementar prácticas de eficiencia energética para reducir costos de servicios públicos.					
8.5.2. Diversificación de Fuentes de Ingresos					
Descripción: Ampliar la oferta de productos y servicios para atraer a diferentes segmentos de mercado.					
Acciones:					
- Introducir nuevos productos personalizados, como accesorios o artículos promocionales. - Ofrecer servicios adicionales, como diseño gráfico o consultoría en marketing visual.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia		Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg		Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga	

	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com	Páginas		
		19	De	23

9. Matriz FODA

1. Fortalezas

- **Calidad del Producto:** Productos de alta calidad que cumplen con los estándares del mercado.
- **Personal Capacitado:** Un equipo de trabajo con habilidades técnicas y experiencia en el sector.
- **Innovación:** Capacidad para ofrecer productos personalizados y adaptados a las necesidades del cliente.
- **Reputación:** Buena reputación en la comunidad local y entre los clientes.

2. Oportunidades

- **Crecimiento del Mercado Digital:** Aumento en la demanda de productos personalizados a través de plataformas en línea.
- **Tendencias de Sostenibilidad:** Mayor interés de los consumidores en productos eco-amigables.
- **Colaboraciones Locales:** Posibilidad de establecer alianzas con otras empresas y eventos comunitarios para aumentar la visibilidad.
- **Expansión Geográfica:** Oportunidad de expandir el negocio a nuevas áreas geográficas.

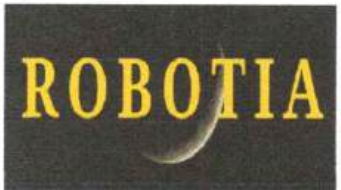
3. Debilidades

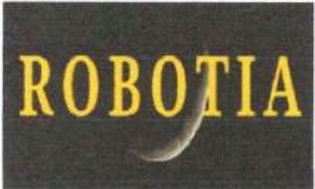
- **Dependencia de Proveedores:** Dependencia de ciertos proveedores para materiales, lo que puede afectar la producción.
- **Limitaciones de Recursos:** Recursos financieros limitados para invertir en marketing y expansión.
- **Falta de Presencia en Línea:** Necesidad de mejorar la presencia digital y el marketing en redes sociales.
- **Capacitación:** Necesidad de capacitación continua para el personal en nuevas tecnologías y tendencias del mercado.

4. Amenazas

- **Competencia Intensa:** Aumento de la competencia en el sector de productos personalizados.
- **Cambios en la Demanda del Consumidor:** Cambios en las preferencias de los consumidores que pueden afectar las ventas.
- **Condiciones Económicas:** Inestabilidad económica que podría reducir el gasto del consumidor.
- **Regulaciones Ambientales:** Nuevas regulaciones que podrían afectar la producción y los costos.

Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
--	--	--

	“Robotia” RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			20	De	23
10. Análisis Estratégico  Aprovechar la Calidad del Producto y la Innovación: • Desarrollar una línea de productos eco-amigables que respondan a la creciente demanda de sostenibilidad. Mejorar Presencia en Línea: • Invertir en marketing digital para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes. Diversificación de Proveedores: • Buscar nuevos proveedores para reducir la dependencia y mitigar riesgos en la producción. Diferenciación de Producto: • Utilizar la reputación y la calidad del producto para diferenciarse de la competencia.					
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga			

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas	
	21	De	23	

10. Formato de registro de operaciones diarias

 Robotia RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		
Fecha:		
Nombre del Responsable		
Descripción de la Operación		
Hora	Actividad realizada	Observaciones

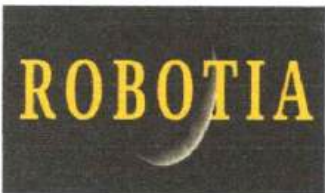
Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
--	--	--

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas	
			22	De 23

11. Formato de Registro de Procesos

			Robotia RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		
Fecha de inicio		Fecha de finalización			
Nombre del Responsable					
Nombre del proceso					
Etapas del proceso	Estado (Pendiente/Completado)	Observaciones			

Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Looor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
--	---	--

	"Robotia" RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com		Páginas		
			23	De	23

12. Formato de Control de Inventario

 Robotia RUC: 1720659406001 Dirección: Calle Víctor Astudillo y Salustio Giler Teléfono: 0990296602 Correo: robotia.ec@gmail.com				
Producto				
Cant. Inicial	Cant. entrante	Cant. saliente	Cant. final	
Fecha:				
Producto	Cantidad inicial	Entradas	Salidas	Cantidad final

Elaborado por: Bazurto Ostaiza Kenia	Revisado por: Ing. Gina Loor Moreira, Mg	Aprobado por: César Sinchiguano Chiriboga
--	--	--

4. Conclusiones

La empresa carece de una misión y visión claras, lo que dificulta la alineación de los esfuerzos y objetivos hacia un propósito común. Esto puede limitar su capacidad para crecer y adaptarse a un entorno competitivo.

A pesar de enfrentar desafíos, Robotia cuenta con recursos financieros suficientes para invertir en mejoras y expandir sus operaciones. Existe un potencial significativo para diversificar su oferta de productos, especialmente en el área de gigantografías.

Aunque el 100% de los colaboradores cree que la empresa está bien posicionada en el mercado local, la competencia ha comenzado a ofrecer productos terminados que Robotia aún no proporciona, lo que resalta la necesidad de implementar una planificación estratégica efectiva.

La falta de personal capacitado y de comunicación interna efectiva sobre los objetivos estratégicos son áreas críticas que deben abordarse para mejorar el desempeño y la cohesión del equipo.

5. Recomendaciones

Es crucial que Robotia elabore y comunique una misión y visión claras. Esto proporcionará un marco de referencia para la toma de decisiones y ayudará a alinear todos los esfuerzos hacia objetivos comunes.

Se debe desarrollar e implementar un plan estratégico que contemple análisis FODA, objetivos a corto y largo plazo, y estrategias específicas para abordar las debilidades y aprovechar las oportunidades del mercado.

Invertir en programas de capacitación para el personal, enfocándose en habilidades técnicas y en la mejora de la comunicación interna. Esto no solo aumentará la competencia del equipo, sino que también fortalecerá el ambiente laboral.

Se recomienda desarrollar estrategias de marketing digital y colaboraciones locales para aumentar la visibilidad de Robotia. Una mayor presencia en línea y en eventos comunitarios puede atraer nuevos clientes y mejorar el posicionamiento de la marca.

6. Bibliografía

- López Parra, M. E. (2018). Importancia de la planeación estrategica en el entorno actual. *El buzón de Pacioli*, 23(3), 6-26.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9734621.pdf>
- Acero Moreno, A. M., Ordoñez Paredes, B. A., Toloza Guardias, H. P., & Vega Palmera, B. (2023). Análisis estratégico para la empresa Imbocar, seccional Valledupar – Colombia. *Región Científica*, 2(1), 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.58763/rc202395>
- Arbulú Jurado , C. E. (2023). Definición de método de investigación inductivo. *ResearchGate* .
- Blanchar Martínez, T. C., & Martínez Trujillo, N. E. (2024). ¿Entrevista o encuesta? *Revista Latina de Comunicación Social* , 1-2 .
- Burbano Pérez, Á. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*(3), 19 - 28.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago>.
- Dávalos Segovia, M., & Ramírez Granada, O. R. (2019). La planificación estratégica como base para el éxito de empresas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 3(1), 177.
<https://doi.org/https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/17/10/#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20implica%20establecer, posible%20el%20futuro%20de%20ellas>.
- Delgado Delgado, D., Pilaloe David, W. O., Holguin Burgos, B. P., & Cali Cadena , K. M. (2023). Diagnóstico FODA como elemento de planeación estratégica de negocios de producción de cacao CCN51 en el Triunfo, Guayas, Ecuador. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 10(2), 105.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9121502>

- Delgado, B., Bravo Ross, W. A., & Pinzón Barriga, L. E. (2022). La planificación estratégica como herramienta clave para el desarrollo de las microempresas. *Revista Publicando*, 9(34), 96-107. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8418529>
- Gargate Obregón, S. (2021). La planificación estratégica y la competitividad en las empresas del sector transporte interprovincial terrestre de pasajeros de Lima, 2021. *Revista Industrial Data*, 25(2), 4. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81674244003>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 12(1), 242 - 267. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99357718032>
- López , P., & Roldán , S. F. (2020). *Metodología de la investigación Social Cuantitativa* . Barcelona : Creative Commons.
- Lora Guzmán, H., Cardona Arbeláez, D. A., & Brito Carrillo, C. (2021). El direccionamiento estratégico como herramienta para la generación de. *Dialnet*(29), 168. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.29.8017>
- Navarrete Pilacuan, M. P., Cevallos Imbaquingo, S., Rodríguez Cisneros, L. M., & Tito Espinosa, M. J. (2023). *Planificación Estratégica*. Paraguay : Editorial CID.
- Aguilera Castro, A., & Riascos Erazo, S. C. (2016). Metodología para la inclusión de las TIC en las. *Criterio Libre*, 14(24), 154. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.24.86>
- Andrade Pazmiño , L. F., & Flores Jiménez , R. E. (2019). *Implementación de una estrategia empresarial orientada a entrenamientos personalizados en la ciudad de Quito*. Quito : Universidad Internacional del Ecuador.
- Blasi, G. D. (2022). *Planificación Estratégica del Grupo Meta*. UNIVERSIDAD SIGLO 21 .

- Carrera Endara , C. F., Villamarín Andrade , A. P., Villavicencio Armijos , N. E., & Estupiñan Espinosa, D. L. (2018). *Planificación estratégica y Benchmarking*. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás.
- Castrellón, X., Cuevas, G. Y., & Calderón, R. (2021). LA IMPORTANCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LA TOMA DE. *REVISTA FAECO SAPIENS*, 4(2), 15. https://doi.org/https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2022). La entrevista y la encuesta ¿ Métodos o Técnicas de indagación Empírica? *Revista Didasc*, 65.
- Figueroa Soledispa, M. L., Moreno Ponce, M. R., & Tualombo Tituaña, J. J. (2022). Dirección estratégica para el fortalecimiento de las pymes en la zona Sur de Manabí. *Digital Publisher*, 7(6), 7. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.6.1339>
- Fonseca, B. B., & Cornelio, O. M. (2022). SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES. ESTADO DEL ARTE : SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES. . *Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(1), 149-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v6.n1.2022.289>
- García Guilianny , J., Duran , S., Cardeño Pótela , E., Prieto Pulido , R., García Calí , E., & Paz Marcano , A. (2017). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad*. UUniversidad De la Costa.
- Ghiglione, F. A. (2021). Cuadro de mando integral como herramienta de eficiencia en la gestión empresarial. *Revista Digital Ciencias Administrativas*(18), 92. <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e088>

- González, Y. E., González, L. A., Reyez, E., & Garcés, Y. (2021). Diagnóstico y formulación estratégica para una empresa en el sector manufactura: TECAMA S.A.C. *Ciencias Holguín*, 27(4), 13. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Herszenbaun, M. (2022). Método analítico y la carencia de síntesis en “El conocer analítico” de la Ciencia de la lógica de Hegel. *Nuevo Itinerario*, 92-102.
- Mora Riapira, E., Vera Colina, M., & Melgarejo Molina, Z. (2020). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 13(134), 79 - 87.
- Nivelo Avilés, G. P., & Pulla Granda, M. J. (2019). *Levantamiento de la cadena de valor de la empresa Lenical CIA LTDA y gestión por procesos en el área de producción*. Cuenca - Ecuador: Universidad del Azuay.
- Peñafiel, G. A., Acurio, J. A., Manosalvas, L. R., & Burbano, B. E. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 25. https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400045&script=sci_arttext&tlng=en
- Ruiz, M. B. (2022). *Propuesta de planificación estratégica. Caso Innovar-T Vidriería*. Repositorio UTA.
- Sumba, R. Y., Cárdenas, N. P., Bravo, T. L., & Arteaga, R. F. (2020). Planificación estratégica incorporando responsabilidad social de la mepresa DISMAC S.C.C. para el periodo 2014-2018. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 5(4), 114-136. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.299>

7. Anexos

Anexo 1. Ruc de la empresa

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres SINCHIGUANO CHIRIBOGA CESAR AUGUSTO		Número RUC 1720659406001	
Estado ACTIVO	Régimen REGIMEN MICROEMPRESARIAL		
Inicio de actividades 24/02/2015	Reinicio de actividades 10/06/2020	Cese de actividades No registra	
Jurisdicción ZONA 4 / MANABI / EL CARMEN		Obligado a llevar contabilidad NO	
Tipo PERSONAS NATURALES		Agente de retención NO	
Domicilio tributario			
Ubicación geográfica			
Provincia: MANABI Cantón: EL CARMEN Parroquia: EL CARMEN			
Dirección			
Barrio: CENTRAL Calle: CORONEL VICTOR ASTUDILLO Número: S/N Intersección: SALUSTIO GILER Número de piso: 0 Referencia: A LADO DEL HOSTAL GUAYAQUIL			
Actividades económicas			
• M74901001 - PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES • G47411101 - VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS • G48510101 - VENTA AL POR MAYOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO			
Establecimientos			
Abiertos 1		Cerrados 0	
Obligaciones tributarias			
• 2011 DECLARACION DE IVA • 1024 IMPUESTO A LA RENTA REGIMEN IMPOSITIVO PARA MICROEMPRESAS			
1 Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec			
Números del RUC anteriores			
No registra			

1/2

www.sri.gob.ec

Apellidos y nombres SINCHIGUANO CHIRIBOGA CESAR AUGUSTO		Número RUC 1720659406001
	Código de verificación:	CATRCR2021001395718
	Fecha y hora de emisión:	25 de mayo de 2021 12:33
	Dirección IP:	181.39.215.210
	Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.	

2/2

www.sri.gov.ec

Anexo 2. Evidencia de la entrevista



Anexo 3. Evidencia de la encuesta



Anexo 4. Formato de la encuesta

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN		
EMPRESA:	Robotia Gigantografía	
ÁREA:		
ELABORADO POR:	Bazurto Ostaiza Kenia	
Encuesta		
Objetivo: Determinar las deficiencias de los procesos que se consideran en la toma de decisiones.		
<i>La información proporcionada en la entrevista tiene el fin netamente académico. De los resultados obtenidos servirá para elaborar una propuesta de solución como parte del trabajo de titulación que se desarrolla en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión El Carmen.</i>		
PREGUNTAS		
¿Conoces la misión y visión de Robotia Gigantografías? Si ☐ No ☐		
¿Crees que Robotia está bien posicionada en el mercado local? Si ☐ No ☐		
¿Crees que la planificación estratégica es importante para el crecimiento de la empresa? Si ☐ No ☐		
¿Consideras que la empresa tiene objetivos claros a largo plazo? Si ☐ No ☐		
¿La comunicación interna sobre los objetivos estratégicos es efectiva? Si ☐ No ☐		
¿Qué área de la empresa consideras que necesita más planificación estratégica? ☐ Producción ☐ Marketing y ventas ☐ Recursos humanos		

☐ Logística

¿Consideras que un plan estratégico formal puede ayudar a resolver problemas actuales de la empresa?

Si ☐

No ☐

¿Crees que las decisiones estratégicas actuales están alineadas con las necesidades del mercado?

Si ☐

No ☐

¿Qué tan efectivo consideras el liderazgo en la definición e implementación de estrategias?

☐ Muy efectivo

☐ Algo efectivo

☐ Poco efectivo

☐ Nada efectivo

¿Robotia utiliza tecnología para mejorar la planificación y toma de decisiones estratégicas?

Si ☐

No ☐

¿Los recursos disponibles en Robotia son suficientes para implementar estrategias de crecimiento?

Si ☐

No ☐

TODA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SERÁ CONFIDENCIAL SOLO PARA EL USO DEL PROYECTO DE TITULACIÓN DEL ENTREVISTADOR

Anexo 5. Entrevista

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN		
EMPRESA:	Robotia "Gigantografías"	
ÁREA:	Gerencia	
ELABORADO POR:	Bazurto Ostaiza Kenia	
ENTREVISTA		
Objetivo: Determinar las deficiencias de los procesos que se consideran en la toma de decisiones.		
<i>La información proporcionada en la entrevista tiene el fin netamente académico. De los resultados obtenidos servirá para elaborar una propuesta de solución como parte del trabajo de titulación que se desarrolla en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión El Carmen.</i>		
N°	PREGUNTA	
1	¿Cuál es la visión y misión actual de "Robotia" Gigantografías?	
2	¿Cómo describiría la situación actual de la empresa en términos de competitividad en el mercado?	
3	¿Qué factores internos y externos considera que afectan más el desempeño de la empresa?	
4	¿Cómo se toman las decisiones estratégicas dentro de la empresa?	
5	¿Qué herramientas o metodologías emplean para desarrollar su planificación estratégica?	
6	¿Qué oportunidades en el mercado local o regional cree que la empresa podría aprovechar mediante una mejor planificación estratégica?	
7	¿Existen áreas críticas dentro de la empresa que requieren una planificación más detallada?	
8	¿La empresa cuenta con recursos suficientes (financieros, tecnológicos, humanos) para implementar una estrategia a largo plazo?	
9	¿Qué tipo de capacitaciones o mejoras cree que el personal necesita para alinearse con los objetivos estratégicos?	

10	¿Qué resultados específicos espera alcanzar con la implementación de un nuevo plan estratégico?
11	¿Cómo medirán el éxito de la planificación estratégica en términos de metas alcanzadas?
TODA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SERÁ CONFIDENCIAL SOLO PARA EL USO DEL PROYECTO DE TITULACIÓN DEL ENTREVISTADOR	