



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
CORPORACIÓN DINAMYCS CORP AG&LV CÍA. LTDA. DE LA
CIUDAD DE QUITO EN EL PERÍODO 2018-2019.**

AUTOR/ A: LAURA ELIZABETH PINO CUENCA

TUTOR/ A: Mg. EDUARDO RAMIRO PASTAS GUTIÉRREZ

TUTOR TÉCNICO: Mg. JOHN NIETZSECHE BRAVO PARDO

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2018

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de DIRECTOR del Proyecto: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CORPORACIÓN DINAMYCS CORP AG&LV CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL PERÍODO 2018-2019. Presentado por la ciudadana Laura Elizabeth Pino Cuenca estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, agosto de 2018.

EL TUTOR

Mgs. Eduardo Ramiro Pastas Gutierrez



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Laura Elizabeth Pino Cuenca

0920060084



"Responsabilidad con pensamiento positivo"

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, agosto de 2018

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F

VOCAL

F.....

VOCAL



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme ser quien soy, por guiarme y acompañarme en cada paso que doy y darme la familia que tengo, mi apoyo fundamental para seguir adelante. A mis Padres, por ser mi pilar fundamental y enseñarme con su ejemplo a ser constante en las metas planteadas. A mi esposo, por su amor y apoyo incondicional y siempre motivarme para alcanzar mis metas, por ser mi compañero de vida. A mis hijos Mathias y Estephano, principales protagonistas de este sueño alcanzado, por enseñarme el amor incondicional, porque gracias a ellos quiero ser una mejor persona y prepararme profesionalmente para enseñarles con el ejemplo que en la vida las metas se cumplen con trabajo y perseverancia.

Gracias



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Israel, por ser fuente de conocimiento y facilitarme las herramientas necesarias para lograr esta meta, como es la culminación de mi carrera universitaria. A mis tutores el Mgs. Ramiro Pástas e Ing. John Bravo, que me asesoraron y compartieron su conocimiento, por guiarme para lograr culminar con este proyecto de tesis. A mis familiares y amigos, que de una u otra forma aportaron con su conocimiento y experiencia para realizar este trabajo y acompañarme en este camino.

El Autor



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

A. PRELIMINARES

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVOS	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos.....	5
HIPÓTESIS.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Antecedentes Históricos.....	7
1.2 Puntos de vista modernos.....	7
1.3 Pensamiento estratégico.....	8
1.4 Plan Estratégico	9
1.5 Planteamiento y Ejecución de estrategias	11
1.6 Diferenciación.....	12
1.7 Importancia del Plan estratégico.....	13
1.8 Implementación del Plan estratégico	14
1.9 Fundamento legal.....	14
MARCO CONCEPTUAL.....	15

CAPITULO II	17
MARCO METODOLÓGICO	17
2.1. Metodología	17
2.2. Tipos de investigación	18
2.3. Población y muestra	19
2.4. Técnicas de investigación	19
2.5. Instrumentos.....	20
2.6. Tabulación de encuestas	20
2.7. Resultados de entrevistas	31
CAPITULO III.....	37
DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA CORPORATION DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.....	37
3.1. Introducción	37
3.2. Antecedentes	37
3.3. Filosofía Empresarial	39
3.4. Análisis situacional	42
3.4.1. Diagnóstico Inicial	42
3.5. Contexto.....	43
3.5.1. Entorno empresarial	43
3.6. Diagnóstico de la situación empresarial.....	44
3.6.1. Análisis FODA.....	48
3.7. Las 5 fuerzas de Porter.....	44
3.8. Organización	49
3.9. Servicio	53
3.10. Portafolio de Servicios	54
3.11. Evaluación de Resultados	62
3.12. Implementación de Sistemas de Gestión	62
3.13. Direccionamiento estratégico.....	67
3.14. Talento humano	71
3.15. Presupuesto financiero	72
3.5 Planificación Operativa Anual	73
3.16. Plan de acción	75
3.16.1. Socialización	75
3.17. Análisis comparativo	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	81
ANEXOS	82

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1. ¿Corporación Dinamycs Corp. Cuenta con un plan estratégico?.....	21
Tabla 2. ¿Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?.....	22
Tabla 3. ¿Se ha definido una Misión y Visión que contribuya a los objetivos de la Compañía?	23
Tabla 4. ¿Su empresa cuenta con un análisis interno?	24
Tabla 5. ¿Se realizó un análisis externo en la empresa?	25
Tabla 6. ¿La empresa tiene establecido un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades?	26
Tabla 7. ¿El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?.....	27
Tabla 8. ¿La empresa cuenta con una medición de cumplimiento de objetivos empresariales?.....	28
Tabla 9. ¿Considera importante contar con una gestión de auditoría interna?.....	29
Tabla 10. ¿La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?.....	30
Tabla 11. Análisis FODA Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.....	48
Tabla 12. Descripción del curso de procesos	54
Tabla 13. Descripción de los cursos indicadores de gestión	54
Tabla 14. Descripción del curso de desarrollo de planes de acción	55
Tabla 15. Descripción del curso de planificación estratégica	56
Tabla 16. Descripción del curso de plan de marketing	56
Tabla 17. Descripción del curso de Business Plan.....	57
Tabla 18. Descripción del curso Balance Score Card	57
Tabla 19. Descripción del curso de selección de mercado objetivo.....	58
Tabla 20. Descripción del curso Producto a exportar.....	58
Tabla 21. Descripción del curso de Potencialización del producto.....	59
Tabla 22. Descripción del curso de logística	59
Tabla 23. Descripción del curso de cadena de suministros.....	60
Tabla 24. Descripción del curso de homologación de proveedores	61
Tabla 25. Proyección de ventas mensual	69
Tabla 26. Presupuesto del talento humano de la CORPORACIÓN DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.....	71
Tabla 27. Cálculo del presupuesto general mensual	72
Tabla 28. Planificación Operativa Anual	74
Tabla 29. Plan de Acción	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Existencia de plan estratégico.....	21
Gráfico 2. Importancia de la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos.....	22
Gráfico 3. Definición de misión y visión	23
Gráfico 4. Existencia del análisis interno.....	24
Gráfico 5. Realización del análisis externo.....	25
Gráfico 6. Establecimiento de un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades	26
Gráfico 7. Conocimiento por parte del personal de las metas y estrategias institucionales	27
Gráfico 8. Cumplimiento de objetivos empresariales	28
Gráfico 9. Importancia de la gestión de auditoría interna	29
Gráfico 10. Aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento	30
Gráfico 11. Árbol de problemas de la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.....	44
Gráfico 12. 5 Fuerzas de M. Porter a la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.....	46
Gráfico 13. Organigrama Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.	50

RESUMEN EJECUTIVO

La presente propuesta sobre la implementación de la Planificación Estratégica en la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. se la elaboró en razón de que al ser una empresa de reciente creación no se ha desarrollado estrategias que garanticen la estabilidad, sostenibilidad y crecimiento en el mercado, por tal motivo se identificó y evidenció la necesidad de plantear un direccionamiento estratégico.

Para el efecto se realizó un análisis interno y externo, mismo que permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, factores importantes que permitirán a la compañía obtener una mejor visión para la implementación de sus estrategias. Así mismo, se plantean herramientas y metodologías de trabajo, mismas que van a permitir tener un mejor control en la ejecución del Plan Operativo Anual y el Plan de Acción (acciones, indicadores, plazos y responsables) para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Finalmente, y una vez que la compañía implemente el Plan Estratégico logrará un posicionamiento en el mercado, incrementado las ventas y una creciente rentabilidad financiera y consecuentemente generaría fuentes de trabajo.

Palabras claves: Planificación estratégica, implementación, capacitación, indicadores y control.

ABSTRACT

The present proposal is on the implementation of strategic planning in the company Corporación Dinamycs Corp. AG & LV Cía. It was elaborated on the grounds that as a newly created company no strategies have been developed to guarantee stability, sustainability and growth in the market, for this reason it was identified and evidenced the need to propose an address Strategic.

For the purpose an internal and external analysis was carried out, which allowed to identify the strengths, opportunities, weaknesses and threats, important factors that will allow the company to obtain a better vision for the implementation of its strategies. Likewise, we propose tools and methodologies of work, which will allow to have a better control in the execution of the annual operational plan and the Plan of Action (actions, indicators, deadlines and responsible) for the fulfillment of the business objectives.

Finally, and once the company implements the strategic Plan will achieve market positioning, increased sales and increased financial profitability and consequently generate sources of work.

Keywords: Strategic planning, implementation, training, indicators and control.

INTRODUCCIÓN

El plan estratégico en la actualidad juega un rol muy importante en las compañías, si analizamos y profundizamos un poco sobre cómo se manejaban los negocios en la antigüedad podríamos afirmar que la planificación estratégica siempre ha existido mediante las tácticas y estrategias que se ejecutaban anteriormente.

Es allí cuando las empresas en la actualidad se formulan preguntas como ¿Dónde estoy hoy? ¿A dónde quiero llegar? ¿Qué hacer para lograrlo? Estas preguntas son muy importantes debido a que nos permiten realizar un análisis de lo que queremos lograr, la planificación estratégica va más allá de plantearse objetivos, metas y estrategias, también es hacer partícipe a todo el equipo que conforman la compañía para ir encaminados hacia un mismo rumbo.

La compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. es una empresa de reciente creación que ofrece servicios de asesorías, capacitaciones y consultorías en sistemas de gestión y por el mismo hecho de ser nueva no tiene definido un plan estratégico que será de mucha utilidad para tener una proyección con miras a un futuro con creciente demanda del servicio ofertado.

Si bien es cierto que en el Ecuador existen varias empresas que ofrecen dicho servicio, se ha diagnosticado que existen muchas debilidades y falencias dentro de los servicios que se brindan, una vez que la capacitación fue concluida, no existe un seguimiento y medición del conocimiento implantado, es ahí cuando la

compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. ofertará ese valor agregado.

Palabras claves: Estrategias, investigación, plan de acción, indicadores, objetivos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El siguiente proyecto de planificación estratégica se efectuará en la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda., dentro del análisis realizado se ha evidenciado que la compañía no tiene claramente estructurada su organización empresarial, si bien es cierto proponen metas interesantes, pero no se encuentran claramente definidas ni plasmadas; así mismo, no existe claridad en la asignación de funciones para el personal. Como se menciona anteriormente, por el hecho de ser una empresa de reciente creación hay inexistencia de la filosofía empresarial que contiene la misión, visión y valores, análisis internos y externos, estrategias y objetivos, planificación operativa anual y el plan de acción, todas estas herramientas son muy útiles para la correcta planificación y para darse a conocer en el mercado nacional, la empresa requiere de un direccionamiento estratégico para ir posesionándose en el país e incrementar sus ventas y consecuentemente el aumento en la rentabilidad.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué medida puede ayudar el plan estratégico a la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.?

JUSTIFICACIÓN

El diseño del plan estratégico que se está planteando para la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. aportará de manera significativa a la empresa, debido a que el direccionamiento estratégico que se basa en la formulación de objetivos y metas estratégicas, establecerá cuáles van a ser las tácticas y recursos que utilizaremos para lograr las metas y objetivos establecidos.

Adicional a ello, es muy importante designar los responsables de cada proceso, definiendo las responsabilidades y atribuciones de cada área. Finalmente, la planificación estratégica fortalecerá a la compañía a garantizar su operatividad y adaptación al cambio, logrando la sustentabilidad y proyección al futuro; y consecuentemente obtener una rentabilidad financiera.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una planificación estratégica a la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. ubicada en la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente el diseño de un plan estratégico, mismo que alinearse a la filosofía empresarial.
2. Diagnosticar la situación actual de la problemática, utilizando herramientas como encuestas y entrevistas para que nos faciliten el análisis y ejecución de posibles soluciones.

3. Definir las funciones de cada gestión a fin de establecer las competencias y responsabilidades de cada área.
4. Desarrollar el levantamiento de información a fin de realizar la Planificación Operativa Anual y el Plan de Acción.

HIPÓTESIS

El direccionamiento de un plan estratégico que se realizará a la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. Servirá para orientar de una mejor manera el enfoque empresarial que permitirá un mejor manejo de gestión y productividad institucional.

Variable dependiente: Plan estratégico

Variable independiente: Gestión y productividad institucional.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Históricos

“Aníbal Barca está considerada como uno de los líderes militares más importantes de la historia por sus excepcionales habilidades en la táctica y la estrategia en el campo de batalla. Cuando él planeaba conquistar Roma él inició con la definición de la misión de su reino, luego formuló las estrategias, analizó los factores del medio ambiente y los comparó y combinó con sus propios recursos para determinar las tácticas, proyectos y pasos a seguir” (H Mintzberg, 2007).

En base a los antecedentes expuestos podemos definir que la planificación siempre ha existido, en los antiguos tiempos se formulaban estrategias para ganar guerras, es por ello que las metas y tácticas con una adecuada asignación de recursos juegan parte fundamental para la planeación.

1.2 Puntos de vista modernos

“La planeación estratégica formal con sus características modernas fue introducida por primera vez en algunas empresas comerciales a mediados de 1950. En aquel tiempo, las empresas más importantes fueron principalmente las que desarrollaron sistemas de planeación estratégica formal, denominados sistemas de planeación a largo plazo. Desde entonces, la planeación estratégica formal se ha ido perfeccionando al grado que en la actualidad

todas las compañías importantes en el mundo cuentan algún tipo de este sistema, y un número cada vez mayor de empresas pequeñas está siguiendo este ejemplo.” (Suarez, 2014)

Es por ello, que los empresarios han comenzado a entender la importancia de contar con estrategias en sus compañías, además esto es un hilo conductor para llegar alcanzar las metas, estas actividades secuenciales van a permitir lograr lo planteado. El autor Kenneth Andrews definió que la estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y los planes principales para alcanzar sus metas, presentándolos de tal manera que permiten definir las actividades a las que se dedican las empresas.

1.3 Pensamiento estratégico

“Es difícil consensuar qué es el pensamiento estratégico, sobre todo cuando este se puede analizar desde distintas disciplinas, pero en el mundo empresarial, muchas de las personas piensan que se trata de una reflexión encaminada a definir qué dirección futura tenemos que tomar para conseguir lo que queremos, apoyada en las herramientas adecuadas. El pensamiento estratégico sigue un modelo de actuación que combina en un determinado orden secuencial la acción, los objetivos, la misión y la visión.” (Vicuña, 2015)

Con estas definiciones se puede precisar que la planificación de estrategias, desde tiempos antiguos se aplicaba mediante tácticas para lograr los objetivos

previamente establecidos. Al referirse al mundo empresarial, al cual se compete este trabajo, algunas compañías han realizado una proyección a futuro basándose en metas establecidas, siempre formulándose las siguientes preguntas ¿Dónde estamos? ¿Dónde queremos llegar? ¿Y mediante que estrategias?, estas son preguntas básicas para lograr una empresa sostenible.

1.4 Plan Estratégico

“La sociedad del siglo XXI impera la planificación; prácticamente la totalidad de los aspectos de nuestras vidas están planificados. Planificamos nuestro futuro cuando somos jóvenes, planificamos nuestra carrera profesional, planificamos la educación de nuestros hijos antes de que nazcan, etc. En la vida personal como en el mundo de los negocios cualquier ausencia de planificación puede conducirnos irremediablemente al caos y al fracaso” (Daniel Martínez Pedros, 2005).

Esta definición del autor D. Martínez, permite confirmar que en general sin una planificación, una empresa está sin rumbo o un camino a seguir, no se sabe lo que se quiere alcanzar ni a donde se quiere llegar, de esta manera se vuelve más compleja la supervivencia en el mercado.

“En ocasiones conocemos negocios de alta rentabilidad y resultados óptimos que en un momento del tiempo se estancan, entran en recesión e incluso en quiebra. ¿Es cosa del azar, la mala suerte? ¿Se ha producido un cambio

repentino en la demanda, en el mercado? ¿Podríamos haber previsto ese futuro a tiempo de cambiar las cosas?” (Daniel Martínez Pedros, 2005)

Las compañías en la actualidad deben estar preparadas para los cambios repentinos como lo son las variables exógenas, es decir que no dependen de nuestro alcance, con una adecuada planificación nos permitiría contrarrestar o mitigar de una u otra manera estos cambios repentinos, mediante acciones preventivas previamente establecidas, de manera que la empresa logre irse adaptando al cambio y dar continuidad al servicio. Por lo cual, el Plan Estratégico es un documento que entre una de sus funciones es plantear líneas de acción, haciendo referencia a las estrategias, que una organización se propone seguir en el corto y medio plazo.

Así, el Plan Estratégico se desarrollará en función de los principales objetivos que la organización pretende alcanzar y en él se especifican las políticas y líneas de actuación concretas orientadas a la consecución de los objetivos y los intervalos de tiempo precisos que deben ser cumplidos para cada una de las acciones propuestas.

“El plan estratégico es un excelente ejercicio para trazar las líneas que marcaran el futuro de nuestra empresa. Se debe ser capaz de diseñar el porvenir de la empresa y, lo que es más importante, transmitir las pautas, contrastarlas y convencer al resto de los agentes que interactúan con la organización de cuál es el camino hacia el éxito. Como bien afirma Chesterton, G.K. (1874-1936).” (Martínez & Milla, 2012)

Entre uno de los aportes principales del plan estratégico es definir las atribuciones y responsabilidades que tendrán los gerentes de cada gestión de la compañía, establecer los recursos que se utilizarán para el cumplimiento y seguimiento de la gestión de resultados.

1.5 Planteamiento y Ejecución de estrategias

“La formulación de la estrategia probablemente sea el tema más discutido y debatido del mundo empresarial. Diferentes generaciones de líderes empresariales han considerado el desarrollo de una buena estrategia como el factor diferenciador del éxito. Directivos, académicos y consultores, todos buscando la panacea de una estrategia ganadora, han contribuido a la cuestión y al debate.” (Pedrós, 2005)

La definición de la estrategia juega un rol muy importante, debido a que mediante ésta nos permitirá encaminarnos al cumplimiento de las metas, además una vez formulada la estrategia debemos analizar los recursos que utilizaremos para el cumplimiento de la misma. “Existe un problema añadido respecto a las estrategias fallidas: en la mayoría de los casos (70%) el verdadero problema no es la mala estrategia...sino la mala ejecución” (Pedrós, 2005).

Según Pedrós, varias compañías diseñan sus estrategias, pero no las ejecutan ni realizan el seguimiento de manera correcta. Diseñar un plan estratégico no nos garantiza el éxito, esto debe ser un proceso continuo, es decir los involucrados deben realizar un trabajo a diario para lograr los objetivos propuestos.

1.6 Diferenciación

Michael Porter, famoso autor conocido por plantear las tres estrategias genéricas en el mundo del mercado, el detalle a continuación los mencionamos:

1. Liderazgo en costos
2. Diferenciación
3. Enfoque o alta segmentación

“La segunda estrategia genérica consiste en la diferenciación del producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que sea percibido en el mercado como único” (Porter, 1996).

Las compañías deben proponer y hacer referencia a la estrategia genérica 2, basarse en esa diferenciación e identificar un servicio adicional que les otorgará un plus. Uno de ellos sería realizar un seguimiento en el conocimiento implantado en las capacitaciones, dentro de la investigación que se realizó se pudo detectar que muchas empresas una vez culminada la capacitación no realizan un seguimiento, es ahí cuando la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. deberá complementar este servicio. De esta manera se obtendrá mayor satisfacción del cliente, mismo que servirá para realizar buenas recomendaciones a potenciales clientes e irse dando a conocer en el mercado.

1.7 Importancia del Plan estratégico

Los puntos más importantes para conocer sobre la relevancia de contar con un plan estratégico en la compañía, son los siguientes:

- Obligar a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro.
- Identificar los cambios y desarrollos que se pueden esperar.
- Aumentar la predisposición y preparación de la empresa para el cambio.
- Mejorar la coordinación de actividades.
- Minimizar las respuestas no racionales a los eventos inesperados (anticipación).
- Mejorar la comunicación.
- Los recursos disponibles se pueden ajustar a mejorar las oportunidades.
- El plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades.
- Un enfoque sistemático de la información de estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión (creación de valor).

Con estos puntos que se mencionan podemos definir que es muy útil contar con el plan estratégico, aporta y agrega muchas ventajas a la compañía, sí no sabemos a dónde queremos ir ni a donde queremos llegar, el camino será muy complejo, con muy pocas probabilidades de ser sustentables.

1.8 Implementación del Plan estratégico

El diseño de un plan estratégico no garantiza el éxito a una compañía, este debe ser formulado con objetivos y metas claras y aterrizadas a la realidad de la compañía, también debe contar con una asignación presupuestaria para su implementación y sobre todo con el apoyo de los mandos gerenciales que tienen el poder de decisión.

Definir al equipo de trabajo responsable de ejecutar y dar seguimiento a las estrategias y actividades de la Planificación Operativa Anual y el Plan de Acción. Se basa en trabajar diariamente y organizar cronogramas de trabajo para medir la gestión y avances realizados por el personal. Finalmente, mantener a los altos mandos involucrados en este proceso, ya que requiere de tomas de decisiones en pro de la compañía.

1.9 Fundamento legal

La base legal a la cual se rige la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. son:

- Ley de Compañías, publicada en el R.O. de 05 de noviembre de 1999, última modificación el 20 de mayo de 2014, Sección V que hace referencia DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, desde el artículo 91 (LEY DE COMPAÑÍAS , 2014).
- Código Civil (Libro IV)
- Código de Comercio

MARCO CONCEPTUAL

- Estrategia: “Es un patrón o modelo de decisiones que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas; asa mismo, dicho patrón produce las principales políticas y planes para lograr tales metas” (Henry Mintzberg, 1997, pág. 72).
- Planeación: “La planeación por su parte tiene como propósito fundamental contribuir al alcance de los objetivos: facilitar el logro de los objetivos y de la empresa.” (H Mintzberg, 2007)
- Planeación estratégica: “Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño.” (H Mintzberg, 2007)
- Análisis interno: “El análisis interno, permite fijar con exactitud las fortalezas y debilidades de la organización. Tal análisis comprende la identificación de la cantidad y calidad de recursos disponibles para la organización.” (Mintzberg, (2007))
- Indicadores: “Índices que describen el comportamiento de diversas variables ya sea por cuantificación directa de una variable (primarios) o por comparación entre variables (secundarios)” (Kaplan, 1997).
- Indicadores de eficiencia: “Indican el grado de logro de unos objetivos previamente establecidos” (Kaplan, 1997).
- Indicadores de eficacia: “Indican el grado de cumplimiento de un objetivo en relación con los costes previamente establecidos.” (Kaplan, 1997)

- Consultorías: “La ayuda que presta un experto para resolver un problema empresarial, basándose en su experiencia, habilidad y oficio” (Ribeiro, pág. 7)
- Encuesta: “La encuesta es un estudio de investigación realizado sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, y utiliza procedimientos estandarizados de interrogación con la finalidad de obtener medidas cuantitativas de características objetivas y subjetivas de la población” (Guix, 2004).

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Metodología

Este proyecto de tesis aplica varios enfoques en relación a la metodología de la investigación, el objetivo principal es conocer las carencias y limitantes que tiene la empresa, a fin de obtener estrategias precisas que fortalezcan la institucionalidad de la empresa y consecuentemente un rendimiento empresarial. La metodología que aplicaremos en la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. Serán las siguientes:

- **Método Inductivo:** “Es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías” (Sánchez, 2012). Si bien es cierto, este método no nos garantizará una conclusión universal, pero sí guiará para obtener un resultado y observar las tendencias a las que los colaboradores se inclinan en sus respuestas.
- **Método Deductivo:** “Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo aquellas.” (Sánchez, 2012). Este método facilitará concluir las necesidades que requiere la compañía, es decir

por lógica nos arrojará los resultados, mismos que deberán ser trabajados para ponerlos a ejecutarlos lo más pronto posible.

- **Método Inductivo-Deductivo:** Las ciencias se inician con observaciones individuales, a partir de las cuales se plantean generalizaciones cuyo contenido rebasa los hechos observados en un principio. Las generalizaciones permiten hacer predicciones cuya confirmación refuerza y cuyo fracaso debilita tales predicciones, y puede obligar a, modificarlas o hasta rechazarlas.

2.2. Tipos de investigación

Existen distintos tipos de investigación, después de realizar un análisis y revisión del tipo de investigación que más se relaciona y apega a nuestras necesidades, hemos seleccionado que aplicaremos la investigación descriptiva y bibliográfica, su detalle lo encontrará a continuación:

- **Investigación bibliográfica:** El trabajo se basa en una investigación bibliográfica pues la información recopilada para el realizar marco teórico y conceptual se obtuvo de libros, tesis, catálogos en líneas de bibliotecas, normas, y todos los documentos que sirvieron de apoyo en el tema de planes estratégicos.
- **Investigación descriptiva:** La investigación se basa en la utilización de los métodos y técnicas como las encuestas y entrevistas, estas fueron elaboradas para el talento humano que presta sus servicios en la empresa.

2.3. Población y muestra

La población y muestra está definida de la siguiente forma:

- **Población:** La población que forma parte para el diseño del plan estratégico está definida y delimitada por todas las variables que participan en Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. es muy importante resaltar que, debido a la reciente creación de la empresa la población o como se lo conoce también el universo es pequeño.
- **Muestra:** No se consideró la muestra debido a que la muestra es muy pequeña. La aplicabilidad de la fórmula no es necesaria y no aplica en este proyecto, debido a que el personal que funciona en la empresa es de 7 personas, por tal razón aplicaremos otros tipos de técnicas que nos ayuden a definir estrategias y tomar decisiones.

2.4. Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación utilizadas para esta investigación son:

- **Encuesta:** Esta técnica de investigación nos sirve para obtener información relevante de la empresa, así mismo nos permite conocer si existe un direccionamiento estratégico que es lo que deseamos saber, en base a los resultados obtenidos nos servirá para tomar decisiones en pro de un fortalecimiento estratégico. Esta encuesta está dirigida hacia todo el universo de la empresa.

- Entrevista: Es una de las técnicas más comunes para realizar investigaciones, se utilizará porque de esta manera se puede realizar un diagnóstico más detallado y específico de la situación actual y también permite un acercamiento directo con los altos mandos de la empresa. Se obtiene de una fuente confiable y se la realizó solo a los niveles gerenciales ya que obtendremos una visión más jerarquizada, así mismo se expondrá todo lo relacionado a las debilidades de la empresa.

2.5. Instrumentos

- **Encuesta.** - El instrumento que se utilizó es la encuesta. **Ver Anexo No. 1**
- **Entrevista.** - El instrumento que se utilizó es la entrevista al personal.

2.6. Tabulación de encuestas

A continuación, se presenta la tabulación de la encuesta realizada:

PREGUNTA 1: ¿Corporación Dinamycs Corp. Cuenta con un plan estratégico?

Tabla 1. ¿Corporación Dinamycs Corp. Cuenta con un plan estratégico?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV
Elaborado por: Laura Pino

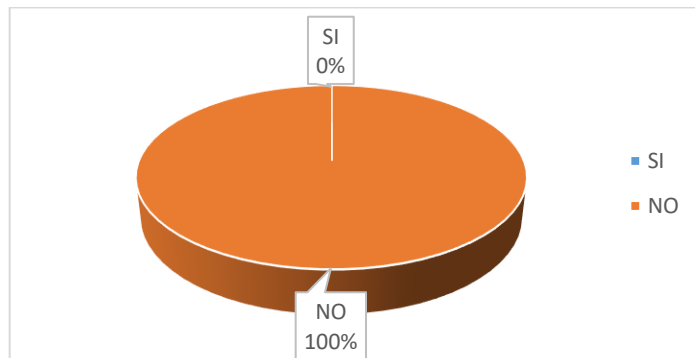


Gráfico 1: Existencia de plan estratégico

Elaborado por: Laura Pino

Análisis:

La totalidad de los encuestados asegura sobre la inexistencia de un plan estratégico en la empresa, es decir podríamos concluir e indicar que esta empresa necesita un direccionamiento estratégico.

PREGUNTA 2: ¿Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

Tabla 2. ¿Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado por: Laura Pino C.

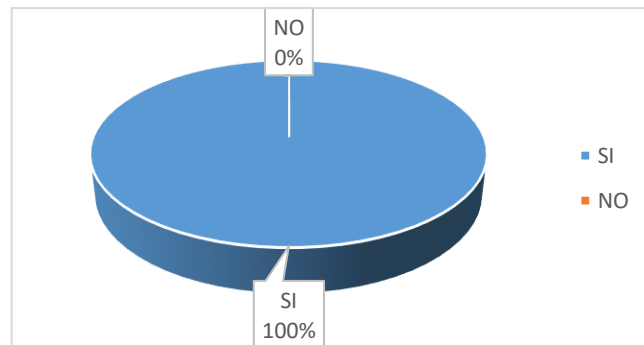


Gráfico 2. Importancia de la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos

Fuente por: Laura Pino C.

Análisis:

La totalidad del talento humano indica que es importante el plan estratégico para cumplir con los objetivos empresariales.

PREGUNTA 3: ¿Se ha definido una Misión y Visión que contribuya a los objetivos de la Compañía?

Tabla 3. ¿Se ha definido una Misión y Visión que contribuya a los objetivos de la Compañía?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado: Laura Pino C.

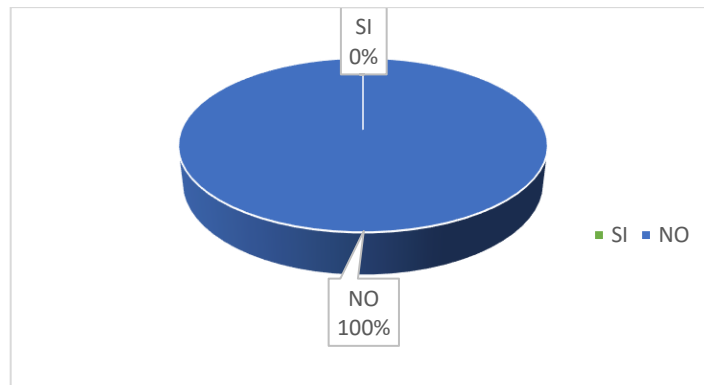


Gráfico 3. Definición de misión y visión

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

Del total de los encuestados su totalidad afirma no contar con la misión y visión que ayuda al cumplimiento de los objetivos empresariales.

PREGUNTA 4: ¿Su empresa cuenta con un análisis interno?

Tabla 4. ¿Su empresa cuenta con un análisis interno?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado: Laura Pino C.

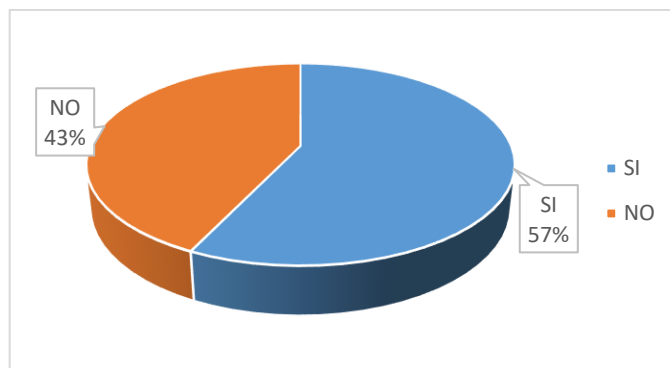


Gráfico 4. Existencia del análisis interno

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

El total de los encuestados la mayoría dice que sí se realizó un análisis interno, la diferencia de los encuestados afirma que no se realizó el análisis interno que diagnostica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

PREGUNTA 5: ¿Se realizó un análisis externo en la empresa?

Tabla 5. ¿Se realizó un análisis externo en la empresa?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado: Laura Pino C.

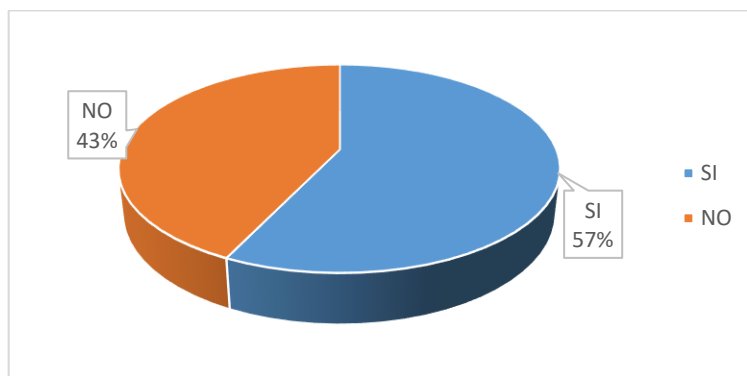


Gráfico 5. Realización del análisis externo

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

Del total de los encuestados la mayoría dice que sí se efectuó un análisis externo, el resto asegura que no se realizó un análisis externo.

PREGUNTA 6: ¿La empresa tiene establecido un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades?

Tabla 6. ¿La empresa tiene establecido un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV
Elaborado: Laura Pino C.

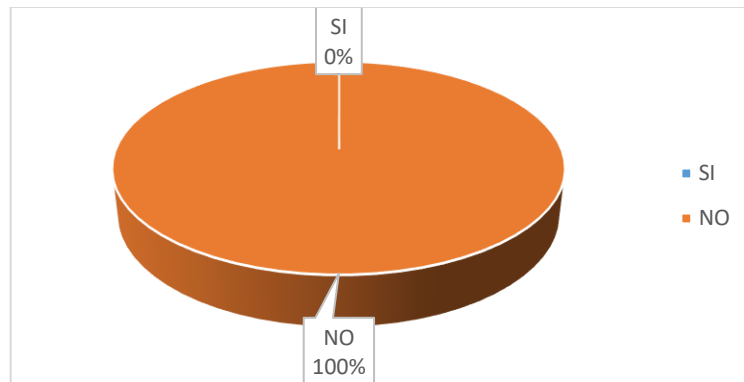


Gráfico 6. Establecimiento de un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

La totalidad de los encuestados afirma que no existe un plan de acción.

PREGUNTA 7: ¿El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?

Tabla 7. ¿El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV
Elaborado: Laura Pino C.

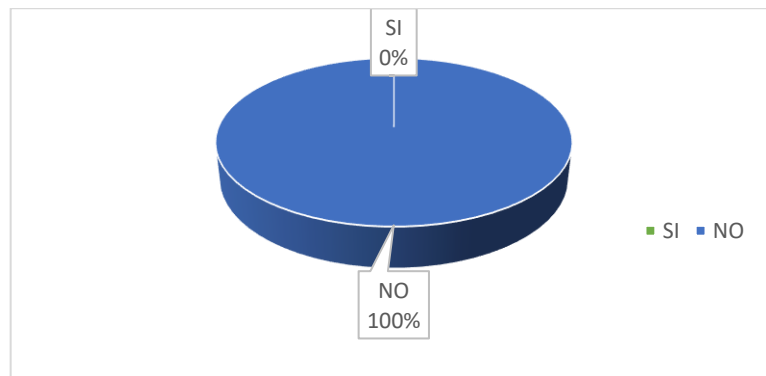


Gráfico 7. Conocimiento por parte del personal de las metas y estrategias institucionales

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

La totalidad de los encuestados indican que no tienen conocimiento de las metas y estrategias institucionales.

PREGUNTA 8: ¿La empresa cuenta con una medición de cumplimiento de objetivos empresariales?

Tabla 8. ¿La empresa cuenta con una medición de cumplimiento de objetivos empresariales?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV
Elaborado: Laura Pino C.

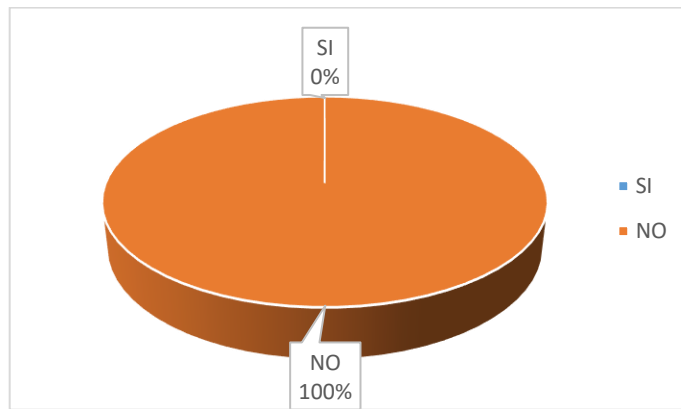


Gráfico 8. Cumplimiento de objetivos empresariales

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

La totalidad de los encuestados afirma que no se tiene una medición de cumplimiento de los objetivos empresariales.

PREGUNTA 9: ¿Considera importante contar con una gestión de auditoría interna?

Tabla 9. ¿Considera importante contar con una gestión de auditoría interna?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado: Laura Pino C.

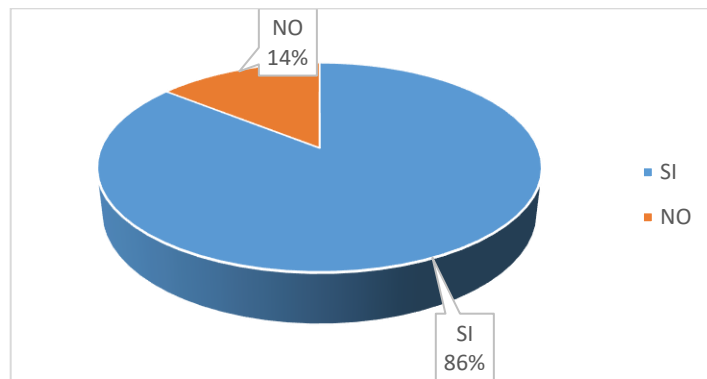


Gráfico 9. Importancia de la gestión de auditoría interna

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

La gran mayoría de los encuestados asegura que sí es importante contar con la gestión de auditoría interna, mientras que el resto indica que no es de importancia.

PREGUNTA 10: ¿La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?

Tabla 10. ¿La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?

ALTERNATIVAS	NÚMERO DE EVENTOS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV

Elaborado: Laura Pino C.

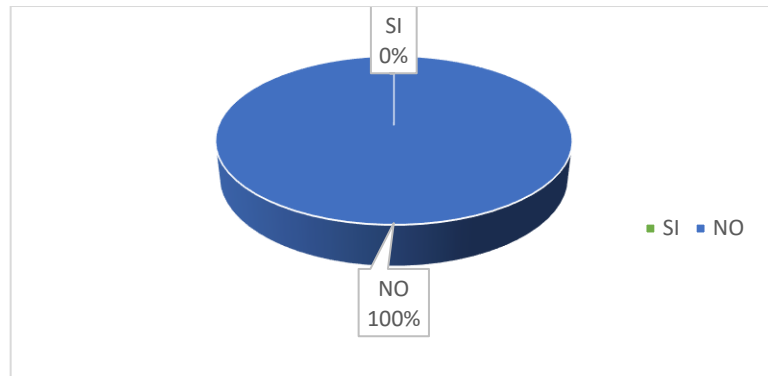


Gráfico 10. Aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento

Elaborado: Laura Pino C.

Análisis:

Del total de los encuestados la mayoría indica que no existe la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento.

2.7. Resultados de entrevistas

Entrevistado 1: Ing. Diego Avilés González - Gerente General de la Empresa Corporación Dynamics Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Objetivo de la entrevista: Conocer si la empresa Corporación Dynamics Corp. AG&LV Cía. Ltda. tiene una planificación estratégica.

Instrucciones:

- Las preguntas señaladas, se las realizará en un tiempo estimado de 20 minutos.
- La entrevista se la va a realizar al Gerente General y Gerente de Operaciones, debido a que es de reciente creación y por ende se desea conocer todos los procesos iniciales.

Preguntas:

1.- Corporacion Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. Cuenta con un plan estratégico?

No, debido a que es una empresa nueva, hay que trabajar en ese aspecto ya que es de suma importancia.

2.- Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

Sí, porque nos da el direccionamiento hacia la visión de la empresa, dándonos los objetivos, metas y planes de acción para conseguir excelentes resultados y conseguir la sostenibilidad en el tiempo.

3.- En su empresa, se realizó un análisis interno y externo, antes de la puesta en operación?

Esta empresa cuenta con 3 accionistas, pues laboralmente desempeñábamos funciones similares a la razón de nuestra empresa, es decir contábamos con la experiencia necesaria para ir madurando la idea para la creación de Corporación Dinamycs Corp. AG&LC Cía. Ltda.

Debo admitir que un análisis formal exhaustivo no se realizó, sin embargo, se realizó un análisis de situación, en donde se analizó algunas variables y definitivamente se concluyó que la empresa con un buen direccionamiento y creación de alianzas estratégicas podríamos obtener excelentes resultados.

4. El personal con el que cuenta su empresa es apto para brindar la asesoría y capacitación?

Definitivamente si, podría asegurarte que el capital humano con el que trabajamos es el idóneo para brindar el servicio, su experiencia es certificada y verificable, son personas de confianza para la empresa, cuentan con un empoderamiento empresarial.

5.- El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?

Como te mencione en un principio, no existe un plan estratégico, los socios tenemos muchas ideas interesantes por desarrollar aún, este es un proceso que se encuentra en ejecución y la idea es irlo trabajando a un corto plazo, para lograr definir estrategias que ayuden a encaminar nuestra empresa y obviamente socializarlos con nuestros colaboradores.

6.- Considera importante contar con una gestión de auditoria interna?

La presencia de la gestión de auditoria interna es muy importante, es un proceso asesor que tiene comunicación directa con la gerencia, al respecto te puedo decir que existe el conocimiento de auditoría en los colaboradores pero no se encuentra implementada en nuestra estructura organizacional esa gestión, esperemos que en un futuro la podamos implementar.

7.- La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?

Sí, tenemos indicadores de cumplimiento de metas que debemos cumplir, los indicadores nos servirán para medir la gestión que nos hemos proyectado inicialmente en un periodo de evaluación trimestral.

Entrevistado 2: Mgs. Rodrigo Gallegos – Gerente de Operaciones de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Objetivo de la entrevista: Conocer si la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. tiene una planificación estratégica.

Instrucciones:

- Las preguntas señaladas, se las realizará en un tiempo estimado de 20 minutos.
- La entrevista se la va a realizar al gerente general, debido a que es de reciente creación y por ende conoce todos los procesos iniciales. Así mismo, forma parte de los accionistas de la empresa.

Preguntas:

1.- Corporacion Dynamics Corp. Cuenta con un plan estratégico?

No debido a que es una empresa nueva que esta iniciando sus operaciones.

2.- Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

Creo que sin ella no se tiene ninguna forma de planificación que permita la ejecución de acciones tendientes a lograr inicialmente objetivos secundarios que luego permitirán que se logre la visión que tenemos los dueños.

3.- En su empresa, se realizó un análisis interno y externo, antes de la puesta en operación?

Se realizó un análisis interno FODA muy informal, los socios fundadores analizamos en una reunión de trabajo todos estos aspectos, sin embargo es una herramienta muy útil que hay que realizarlo en trabajo con todo el equipo.

4. El personal con el que cuenta su empresa es apto para brindar la asesoría y capacitación?

Obviamente, en realidad el personal que está en nuestra compañía cuenta con toda la educación y formación adecuada para impartir los servicios brindados.

5.- El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?

No, aún pues no se ha desarrollado nada en este tema, definitivamente hay que fortalecerlo.

6.- Considera importante contar con una gestión de auditoría interna?

Si para asegurar que se ejecutan las actividades correctas pero creo que igual debemos trabajar primero en tener procesos planificados, escritos y estandarizados que permita llevar a cabo las auditorías.

7.- La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?

No, es importante que en el menor tiempo posible dispongamos de esta información fundamental para el logro de nuestro objetivos.

Análisis general de las entrevistas

Las entrevistas que hemos desarrollado con el Gerente General y Gerente de Operaciones de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. son muy valiosas ya que esto nos permitirá realizar un análisis de la situación, pues aporta a nuestro proyecto de tesis y podemos obtener como resultado que definitivamente la empresa no tiene un direccionamiento estratégico. La presencia del plan estratégico encaminará al Gerente General a definir los objetivos y metas, así como su cumplimiento, y definir las actividades y recursos que se utilizarán.

CAPITULO III

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA CORPORATION DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.

3.1. Introducción

La empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda., es una empresa reciente que brinda asesoría, capacitación y consultorías de sistemas de gestión de calidad que va dirigido a las empresas públicas y privadas, para mejorar la productividad laboral que requieren las empresas en el Ecuador.

Las capacitaciones, asesorías y consultorías tienen como futuros clientes potenciales a la alta gerencia empresarial, esto se efectuará por medio de alianzas estratégicas y convenios con empresas públicas y privadas, y asociaciones; sin embargo, también se ofertará a las personas naturales que deseen invertir en su conocimiento.

3.2. Antecedentes

Después de varias reuniones de trabajo en el transcurso de cuatro (4) meses aproximadamente, se concretó la idea de formar una empresa, esto se dio debido a la experiencia de los socios en el área académica, por tal razón se habían identificado las necesidades que tienen las empresas, asociaciones y personas naturales por la ausencia de servicios de calidad.

La compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda., se creó el 23 de octubre de 2017, bajo la constitución de Compañía de Responsabilidad

Limitada, los socios fundadores son tres (3) profesionales, mismos que cuentan con la especialidad y experiencia en relación al objeto de la compañía.

El domicilio principal de la compañía es en la ciudad de Quito provincia de Pichincha, parroquia Belisario Quevedo, barrio Las Casas, calles Selva Alegre OE8-129 y Obispo Nieto Polo.

Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

La compañía tendrá por objeto dedicarse a las operaciones comprendidas dentro del nivel 2 del CIIU:M70 - Actividades de oficinas principales, actividades de consultoría de gestión; así como también podrá comprender las etapas o fases de producción de bienes / servicios, comercialización, almacenamiento, exportación, industrialización, explotación, distribución, investigación y desarrollo, promoción, capacitación, asesoramiento, intermediación, inversión, construcción, reciclaje, importación de la actividad antes mencionada, para cumplir con el objeto social descrito en el estatuto social, la compañía podrá ejecutar actos y contratos conforme a las leyes ecuatorianas y que tengan relación con el mismo. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

3.3. Filosofía Empresarial

El direccionamiento estratégico sobre la filosofía empresarial de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. se las elaboró mediante reuniones de trabajo en conjunto con los socios de la empresa para trabajar de manera consensuada, analizando qué es lo que se desea proyectar para un futuro.

Con base a lo expuesto, hemos planteado la siguiente misión, visión y valores de la compañía:

Misión

Ser una empresa de capacitación y asesoría a nivel nacional, con personal altamente capacitado, buscando la satisfacción del cliente sobrepasando las expectativas de los mismos.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado en los próximos 5 años, implementando un sistema de gestión de calidad que estandarice los procesos internos logrando cubrir y sobrepasar las expectativas de nuestros clientes.

La misión la hemos estructurado en base a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos? ¿Por qué existimos (cuál es nuestro propósito básico)?
Somos una empresa de capacitación e implementación de sistemas de gestión que queremos cubrir brechas en las empresas en base a las falencias de conocimiento del personal.

- ¿Qué es lo que queremos lograr?

Cubrir las necesidades de capacitación de las empresas, tomando en cuenta los requerimientos del talento humano, así como sobrepasar las expectativas de los clientes.

- ¿Quién es nuestro usuario o ciudadano objetivo?

Nuestros usuarios objetivos o aliados estratégicos son las asociaciones de empresas y los altos mandos gerenciales, los cuales trabajarán en cubrir los temas donde las empresas necesitan capacitación, también serán abiertos al público en general.

- ¿Qué necesidades podemos satisfacer?

Se cubrirán las necesidades en las áreas de procesos, alimentos, comercio exterior, marketing, mecánica automotriz, seguridad industrial, medio ambiente, también se realizarán implementaciones en sistemas de gestión en las áreas de calidad, alimentos, seguridad industrial y salud ocupacional, medio ambiente.

Y en relación a las siguientes preguntas hemos propuesto la siguiente visión:

- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?

Ser una empresa que brinda servicios de calidad en el área de capacitaciones e implementaciones de sistemas de gestión.

- ¿Cómo seremos en el futuro?

Cubriendo las necesidades de nuestros aliados estratégicos realizando cursos en nuestras instalaciones, in house e inclusive on line. Implementar

un sistema de gestión de calidad que permita estandarizar los procesos internos.

- ¿Qué haremos en el futuro?

Tener una base de datos amplia de instructores de alto nivel de conocimientos en las capacitaciones que se puedan impartir.

- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Desarrollar una escuela de capacitación continua para implementación de sistemas de gestión para empresas afines, logrando bajar costos para las empresas.

Valores

- Eficiencia y excelencia en el servicio
- Desarrollo y Mejoramiento Continuo
- Respeto y Equidad
- Integridad y transparencia
- Comunicación abierta

Objetivos estratégicos

1. Lograr la implementación de la propuesta del plan estratégico desde su aprobación en el período de un año conforme el plan de acción elaborado.
2. Incrementar las ventas de los cursos de asesoría y capacitación en un 20% anualmente.

3. Conseguir la satisfacción del cliente con una puntuación mínima de 8 mediante encuestas realizadas semestralmente.
4. Aumentar el talento humano en base a la demanda de los servicios en un 15% anualmente a partir del año 2019.

3.4. Análisis situacional

3.4.1. Diagnóstico Inicial

Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. es una empresa con alcance global especializada en Consultoría y Capacitación para empresas y líderes corporativos. Creada con el objetivo de promover el estímulo de emprendimiento empresarial y el desarrollo de la sociedad.

El compromiso empresarial es apoyar a los clientes para incrementar sus fortalezas y minimizar sus debilidades, logrando así crear empresas exitosas y líderes preparados para afrontar los nuevos retos empresariales.

Este objetivo se logra gracias al aporte de los consultores con experiencia y un equipo de alto perfil. La diferenciación de la empresa radica en ofrecer cursos y seminarios de alto nivel, tanto en Modalidad In Company como en Modalidad abierta al público; destinados a empresas del sector público y privado que quieran mejorar sus procesos internos y aumentar su productividad.

Además, de brindar servicios de asesoría y consultoría en diferentes especialidades que van desde realización de planificaciones estratégicas, implementaciones de modelos de gestión, diseños y estudios en las áreas que las empresas requieran.

3.5. Contexto

3.5.1. Entorno empresarial

Hay que tener definido al tipo de mercado que está enfocado el servicio, esto nos permitirá conocer las necesidades y exigencias de nuestros potenciales clientes. El target del mercado nos ayudará a delimitar y asignar los recursos necesarios.

Principalmente los cursos son dirigidos para la alta gerencia, el conocimiento que se impartirá es para aportar en el conocimiento para la toma de decisiones, así como también es muy importante resaltar que por el hecho de manejar una amplia oferta de cursos empresariales, éstos son muy importantes para el personal operativo de cada empresa.

Problemática

Una vez realizado el análisis y el diagnóstico de situación inicial se puede definir que existe una desorganización empresarial, la inexistencia de un plan estratégico, que es una herramienta que ayudará a fortalecer a la compañía con miras al futuro, estas estrategias se irán acoplando a medida del ritmo de crecimiento de la empresa Corporación Dinamycs AG&LV Corp. Cía. Ltda.

Como herramienta educativa realizaremos un árbol de problemas, que nos ayudará a identificar las posibles causas y efectos que se presentarán al momento de no contar con el diseño de un plan estratégico.

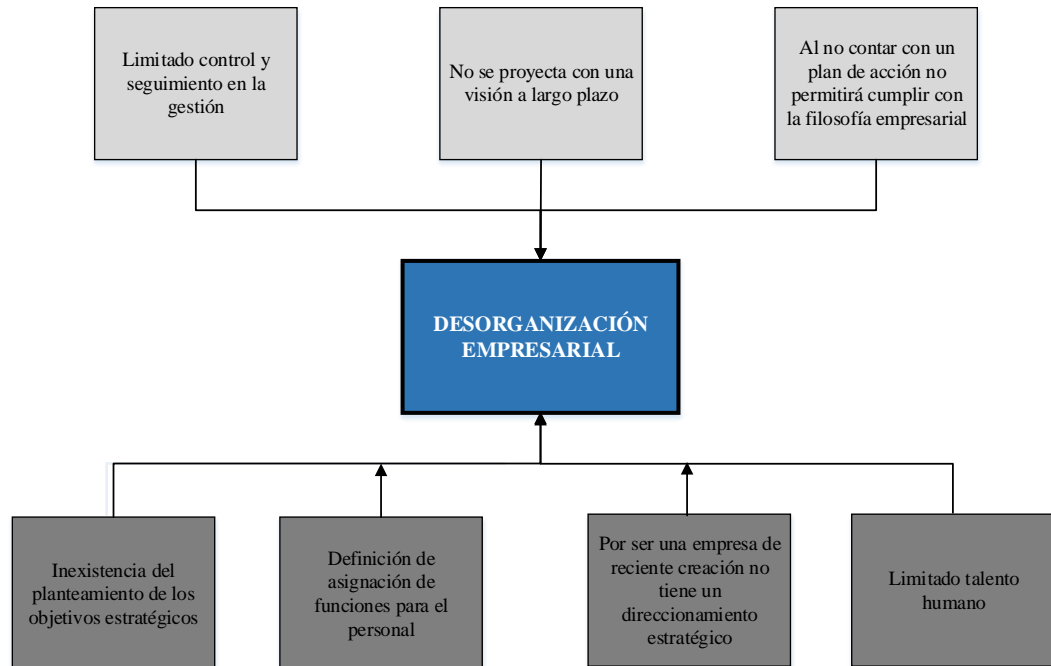


Gráfico 11.Árbol de problemas de la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

3.6. Diagnóstico de la situación empresarial

3.6. Las 5 fuerzas de Porter

Utilizaremos como herramienta el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, uno de los más grandes exponentes en relación al Marketing con una trayectoria conocida a nivel mundial, podríamos afirmar que una compañía que no realice un estudio o análisis de todos estos factores involucrados al momento de

ejercer un negocio, estaría muy carente de información y asegurando un posible fracaso, sin proyección hacia un futuro.

Esta herramienta nos facilitará la elaboración de las estrategias, enfocándonos en las áreas más susceptibles de la compañía, para así lograr fortalecer nuestras debilidades.

A continuación, se detalla las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter:

1. Amenaza de productos sustitutos
2. Rivalidad entre las empresas
3. Amenaza de los nuevos entrantes
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Poder de negociación de los clientes

Una vez realizado el análisis de los factores, podemos observar en el siguiente gráfico la aplicación de estas cinco fuerzas de Michael Porter como aportan a la empresa Corporación Dinamycs Corp. Cía. Ltda.

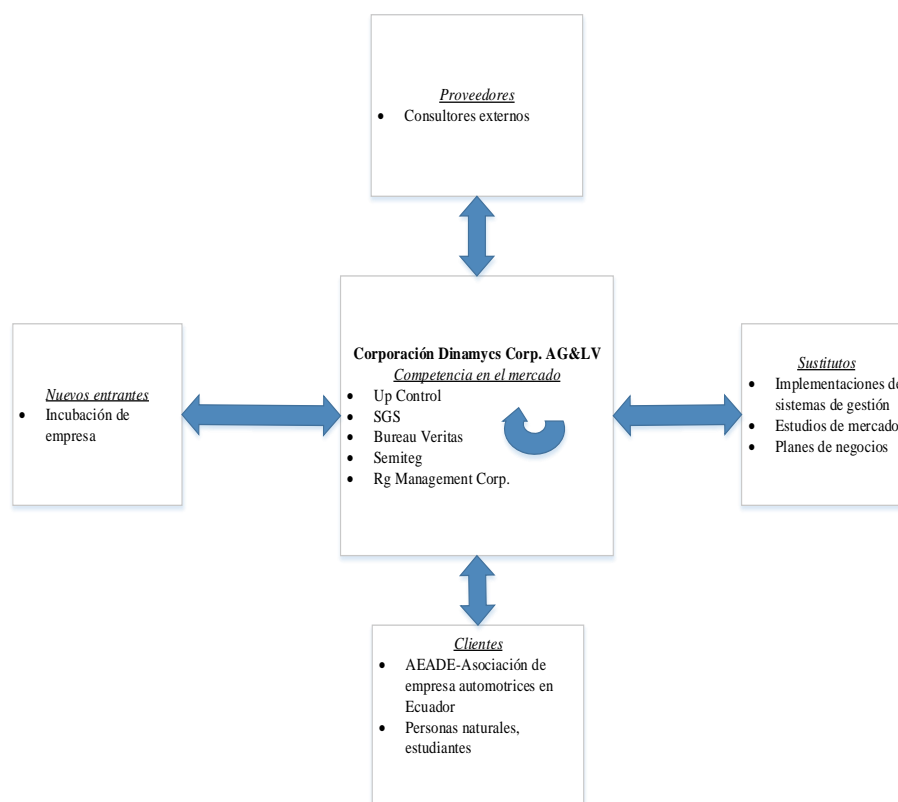


Gráfico 12. 5 Fuerzas de M. Porter a la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

En la primera fuerza que hace referencia a los productos sustitutos, en este punto los servicios que puedan sustituir a Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda., serían empresas que su objeto sea la implementación de sistemas de gestión, estudios de mercado, planes de negocios, entre otros relacionados a una planificación empresarial, estos se convierten en una amenaza debido a que nos conlleva a bajar los costos y generen menor rentabilidad.

Como segundo punto analizaremos la rivalidad de los servicios, si bien es cierto que en un mercado cuando hay mucha oferta de los mismos productos o servicios brindados, esto causa una saturación en el mercado. Así mismo una poca

oferta del servicio nos garantiza continuidad en el mercado. Cabe recalcar que la competencia es muy importante porque nos ayuda a mejorar en nuestras estrategias de negocio, como por ejemplo ofrecer un valor agregado en nuestros servicios.

Los nuevos entrantes, son las nuevas empresas creadas que ofertarán los mismos servicios, las incubaciones de las empresas se medirán con nuestros clientes potenciales y futuros clientes. En este punto debemos ser muy estratégicas, y ofrecer una diferenciación que nos faculte estar a un nivel más elevado.

En la cuarta fuerza de Porter, se analiza el poder de negociación de los proveedores, por la razón social y naturaleza de la empresa se puede definir que este factor es restringido debido al limitado personal especializado que existe en nuestro país. Entonces nuestros proveedores tienen ese plus adicional que les permite ofrecer su conocimiento a un alto costo.

Y por último se analiza el poder de negociación de los clientes, esto es fundamental porque obtendremos una comunicación directa con nuestros clientes, esto nos permitirá conocer sus necesidades y exigencias. Como se puede observar en el gráfico y por el hecho de ser una compañía nueva, los futuros clientes por el momento son dos asociaciones, que es con quien se han realizado acercamientos para ofertar nuestros servicios, adicional realizaremos alianzas estratégicas con varias instituciones para lograr consolidarnos en el mercado. Finalmente, las capacitaciones y asesorías también se brindarán a personas naturales que deseen invertir en su educación.

3.6.1. Análisis FODA

La herramienta de análisis que utilizaremos será el análisis FODA, que consiste en analizar e identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, estos factores son muy importantes debido a que nos ayudará a la toma de decisiones e implementar procesos de mejora continua para un mejor rendimiento empresarial.

Tabla 11. Análisis FODA Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

	POSITIVOS	NEGATIVOS
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	Conocimiento del mercado	Ser una compañía de reciente creación
	Experiencia de los socios	Inexistencia de un direccionamiento estratégico
	Personal altamente capacitado	Limitado capital humano
	Infraestructura adecuada al propósito y excelente ubicación dentro de la ciudad	Inexistencia de promoción por medio de redes sociales
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	Necesidad de las empresas por capacitar a su personal	Bajo costo de la competencia Factores políticos
	Creación de alianzas estratégicas	Capacitación online
	Reactivación del mercado a nivel nacional	Falta de personal calificado

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino

El análisis FODA realizado con los integrantes de la compañía es muy productivo debido a que se generó una lluvia de ideas mediante mesas de trabajo lo que nos facilitó la creación de las estrategias. A continuación, se resalta los puntos principales fuerzas internas antes descritas:

- Dentro de las fortalezas que se tienen son el conocimiento de mercado, esto se debe a la experiencia y conocimiento especializado de los socios dentro del mercado al cual está dirigido el desarrollo de los servicios. Otra fortaleza con la que se cuenta es la infraestructura adecuada al propósito y excelente ubicación dentro de la ciudad de Quito.
- Las debilidades que tiene la compañía es ser nueva en el mercado y se debe realizar un trabajo para lograr un posicionamiento en el mercado y como consecuencia el personal administrativo es muy limitado, consecuentemente irá en crecimiento en relación a la demanda de los servicios. Por último y el más relevante tiene una inexistencia de objetivos estratégicos, por esta razón el diseño del plan estratégico.

Al realizar un análisis externo, se identifica las oportunidades y amenazas, estas variables con exógenas, es decir no dependen de la compañía y son externas, mientras que la idea principal es aprovechar las oportunidades y mitigar las posibles amenazas que nos caen de imprevisto, también nos facilitará el diseño de futuras estrategias. Finalmente, con este análisis podremos establecer una matriz de sistematización que me permita organizar todo en un cronograma de cumplimiento de metas y poder realizar un seguimiento a las mismas.

3.7. Organización

La estructura de la compañía aplicada es la funcional, es decir se va a dividir por las gestiones internas que se ejecuten, el propósito es que cada persona trabaje

en el área que se encuentre especializado, se encuentra establecido conforme el siguiente organigrama:

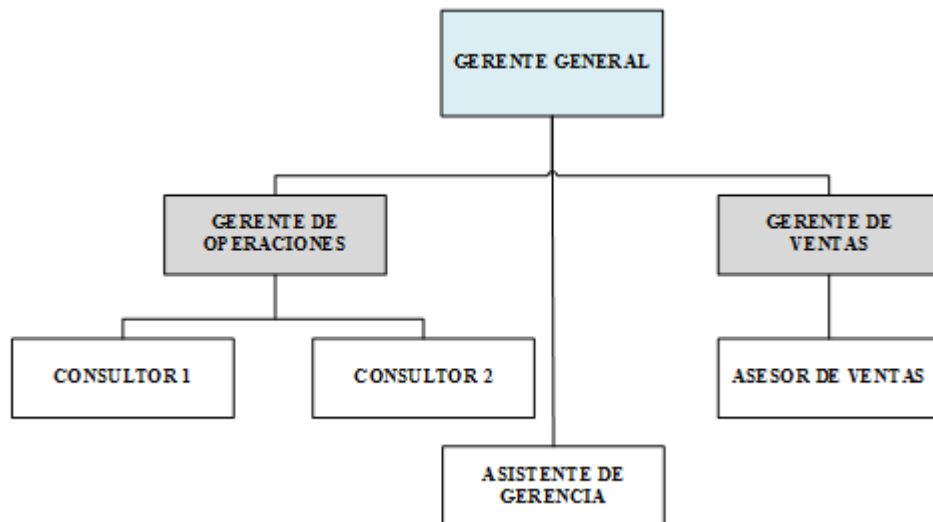


Gráfico 13. Organigrama Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

Como podemos observar, como proceso directivo se encuentra el Gerente General, los procesos agregadores de valor son la Gerencia de Operaciones y la Gerencia de Ventas, por el momento la compañía cuenta con procesos adjetivos desarrollados, por lo que es necesario trabajar en una planificación estratégica para que ayude a programar los servicios.

A continuación, se realiza una descripción de las áreas empresariales existentes:

Área: Gerencia General

Responsable: Gerente General

Funciones y Responsabilidades:

- El Gerente General será el representante legal y administrativo de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda;
- Emitir directrices y lineamientos estratégicos para el correcto funcionamiento de la compañía;
- Realizar el seguimiento de la gestión a la Gerencia de Operaciones y Gerencia de Ventas;
- Verificar el cumplimiento de metas previamente establecidas en la Planificación Operativa Anual;
- Aprobar y distribuir los fondos monetarios de la compañía, acorde a las necesidades;
- Presentar un reporte trimestral a la junta de accionistas.

Área: Gerencia de Operaciones

Responsable: Gerente de Operaciones

Es la encargada de dictar los cursos y realizar las consultorías y asesorías, es el capital humano que tiene el know how en distintas especialidades, este personal irá incrementando a medida y en relación al crecimiento empresarial, se encontrará bajo la modalidad de servicios profesionales.

Funciones y responsabilidades:

- El Gerente de Operaciones será el responsable de controlar el cumplimiento de las capacitaciones;
- Controlar el cronograma previamente establecido de cada capacitación y asesoría brindada;

- Reportar a la Gerencia General las gestiones realizadas en un período mensual;
- Ejecutar las funciones asignadas en la Planificación Operativa Anual;
- Establecer líneas de comunicación con la Gerencia de Ventas para la base de datos de futuros clientes potenciales;
- Brindar la asesoría técnica a las empresas que así lo requieran;
- Todas las demás que le asigne el jefe inmediato.

Área: Gerencia de Ventas

Responsable: Gerente de Ventas

La Gerencia de Ventas es el personal que se enfocara en promocionar y comercializar los productos y servicios al mercado, es también parte fundamental para el crecimiento de la empresa, por el momento son dos personas que laborarán en esta área, el personal es profesional y con experiencia en las funciones a ejercer. Así como también serán los responsables de generar y actualizar las estrategias de ventas.

Funciones y responsabilidades:

- Establecer nuevas estrategias y tácticas a fin de incrementar las ventas;
- Tomar contacto con los clientes y realizar el seguimiento respectivo a fin de ir cerrando las ventas;
- Controlar, verificar, y actualizar la base de datos de los clientes;
- Verificar la disponibilidad de los capacitadores, materiales y tiempo para establecer los cronogramas de trabajo;

- Reportar a la Gerencia General las gestiones realizadas en un período mensual;
- Ejecutar las funciones asignadas en la Planificación Operativa Anual;
- Todas las demás que le asigne el jefe inmediato.

Así mismo, la Asistente de Gerencia será el proceso de apoyo para la compañía, mismo que facilitará administrativamente todos los requerimientos del personal, sus tareas y funciones serán dispuestas por el Gerente General.

Con esta estructura funcionará la empresa en la actualidad y en un futuro podrá incrementar unidades departamentales y fortalecerá sus gestiones, esta estructura permitirá ofrecer sus productos que son los servicios.

3.8. Servicio

La compañía ofrece varios servicios sobre capacitación, asesorías e implementaciones de sistemas de gestión, en amplias ramas tal como lo detallaremos a continuación en la taxonomía de servicios, en la actualidad nos desenvolvemos en un mercado competitivo mediante el cual la calidad del servicio juega un factor principal, podemos afirmar que esa diferenciación o valor agregado es la que nos permitirá consolidar y obtener un crecimiento en el mercado nacional.

Es por ello que la compañía Corporación Dinamycs Corp. Cía. Ltda. ofrece ese valor agregado que consiste en realizar un seguimiento a la aplicación de los conocimientos adquiridos, y no solo concluir el proceso una vez efectuado el servicio, garantizando la calidad en el servicio.

3.9. Portafolio de Servicios

- Curso 1- Procesos: Son actividades secuenciales que van a generar un valor a la compañía, estos son muy importantes para la estandarización y sistematización; así mismo, ayudará para que no se realicen la duplicidad en los procesos empresariales.

Tabla 12. Descripción del curso de procesos

CURSO 1: PROCESOS	
Contenido:	Conceptos básicos de procesos Características Tipos de procesos (definir macro procesos y procesos) Flujogramas Cadena de valor Manuales, protocolos e instructivos Mejora continua (círculo de Deming-PDCA)
Duración:	16-24 horas
Certificado:	una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en procesos y calidad
Inversión:	220
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 2- Indicadores de Gestión: Estos ayudarán a medir las gestiones que se realizan en las empresas, los indicadores pueden ser de eficiencia y eficacia, cada empresa tendrá metas y objetivos planteados, una vez que se obtenga los resultados de medición, ayudaran a las empresas a trabajar en los indicadores de más bajo nivel.

Tabla 13. Descripción de los cursos indicadores de gestión

CURSO 2: INDICADORES DE GESTIÓN	
Contenido:	Conceptos de indicadores Tipos de indicadores Formulación de indicadores (estos se basan en los objetivos y metas planteadas) Caracterizaciones Matrices de seguimiento de indicadores Evaluación del cumplimiento

Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en procesos y calidad
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 3- Desarrollo de planes de Acción: Se desarrollará los planes de acción de las empresas, a efecto de elaborar estrategias paso a paso para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Tabla 14. Descripción del curso de desarrollo de planes de acción

CURSO 3: DESARROLLO PLANES DE ACCIÓN	
Contenido:	Conceptos Definición de los objetivos estratégicos empresariales (mismos que deben ser medibles y cuantificables) Formular las actividades a ejecutarse (pueden ser varias acciones para un solo objetivo, sirven para realizar el cumplimiento de las metas) Indicadores: Formular indicadores Definición de responsables, delimitar tiempos establecidos y asignar recursos) Seguimiento y evaluación
Duración:	16 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en planificación estratégica
Inversión:	220
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 4- Planificación Estratégica: Esta herramienta ayudará a la empresa a plantear metas y objetivos estratégicos, que serán a corto o mediano plazo. Con la elaboración del plan estratégico la empresa tendrá que hacer un seguimiento a la ejecución de la gestión de cada área.

Tabla 15. Descripción del curso de planificación estratégica

CURSO 4: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	
Contenido:	Filosofía empresarial Análisis externo Análisis interno Elaboración de estrategias Planificación Operativa Anual Plan de acción
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en planificación estratégica
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C

- Curso 5- Plan de Marketing: Esta herramienta se elaborará en base a un estudio de mercado, una vez realizado un estudio de campo, se desarrollarán estrategias de marketing para obtener como resultado un posicionamiento en el mercado y por consiguiente lograr la rentabilidad planificada en la proyección.

Tabla 16. Descripción del curso de plan de marketing

CURSO 5: PLAN DE MARKETING	
Contenido:	Diagnostico situacional Estudio de mercado Herramientas para el análisis de mercado Matriz BCG Matriz FODA Definir estrategias de marketing Plan de acción
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 6- Business Plan: La elaboración del plan de negocios de una empresa consiste en formular ideas y plantearlas formalmente, utilizando las

herramientas necesarias para su aplicación, es decir realizar los mecanismos y herramientas para que funcione mi plan.

Tabla 17. Descripción del curso de Business Plan

CURSO 6: BUSINESS PLAN	
Contenido:	Filosofía empresarial Diagnóstico empresarial Establecer estrategias y recursos Plan de acción Evaluación y seguimiento
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 7- Balance Score Card: También conocida como cuadro de mando integral, esta matriz permite articular los objetivos estratégicos y obtener un resultado cuantitativo por medio de indicadores de gestión. Esta es una de las herramientas más innovadoras que se están utilizando en las empresas.

Tabla 18. Descripción del curso Balance Score Card

CURSO 7: BALANCE SCORE CARD	
Contenido:	Concepto de las organizaciones tradicionales vs organizaciones estratégicas Definir objetivos SMART Estructurar indicadores de gestión Iniciativas estratégicas
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en planificación estratégica
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 8-Selección de mercado objetivo: Esta asesoría que brinda la compañía ayuda a la empresa requirente por medio de estudios de mercado a identificar el mercado hacia el cual esta direccionado el producto o servicio, es decir identificar cuál será el target que tendrá una mejor acogida.

Tabla 19. Descripción del curso de selección de mercado objetivo

CURSO 8: SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO	
Contenido:	Descripción de los segmentos de mercado Evaluación y elección de los segmentos de mercado Estrategias de segmentación de mercados
Duración:	16 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	220
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 9-Definición del producto a exportar: Se deben tomar en cuenta puntos importantes acerca del mercado, clientes, logística, etc.

Tabla 20. Descripción del curso Producto a exportar

CURSO 9: DEFINICIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR	
Contenido:	Contar con ventajas relativas en el abastecimiento del producto a exportar La calidad deberá ser requerida por el mercado externo. Definir la capacidad productiva para exportación Logística interna y externa Cumplimiento de especificaciones requeridas por el mercado externo para su ingreso. Que el producto no se encuentre protegido por barreras arancelarias.
Duración:	16 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	220
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 10- Potencialización del producto: Se necesita de estrategias internas y externas de la empresa entre las cuales tenemos las siguientes:

Tabla 21. Descripción del curso de Potencialización del producto

CURSO 10: POTENCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	
Contenido:	Fomentar la comunicación Conocer la competencia Entre más simple mejor Posicionar tu marca Por cada puerta que se cierra, hay una que se abre Tener una página web
Duración:	16 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	220
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 11- Logística: Este servicio brindado es un valor adicional al proceso de la cadena de suministros, es un plus que se le da al servicio para que al momento que una empresa obtenga el producto sea en el tiempo adecuado.

Tabla 22. Descripción del curso de logística

CURSO 11: LOGÍSTICA	
Contenido:	- Introducción: Definición Logística. Funciones de la logística. Concepto de SCM. - Servicio al cliente: Definición de Servicio al cliente. La imagen de la empresa. - Orientación al cliente externo: Atención al cliente y Calidad de Servicios. Interacción y conocimiento del Cliente. Garantía de Servicio. - Satisfacción del cliente. La comunicación CRM: Manejo de las relaciones con los clientes. - La demanda: Predicción y Pronóstico. Diferencias. Tipos de pronósticos y predicciones. - Registro de productos: Inventarios. Tipos de inventario. Gestión del inventario. - El transporte: Tipos y funciones del transporte. Variables que definen el costo del transporte. Como elegir el medio de transporte. - Logística Inversa: Las devoluciones. La retroalimentación de la devolución.
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios

Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 12- Cadena de suministros: Identificar los diferentes actores de la cadena de suministros y diferenciar sus responsabilidades y participación en el sistema.

Tabla 23. Descripción del curso de cadena de suministros

CURSO 12: CADENA DE SUMINISTROS	
Contenido:	Teoría básica de Administración y Gestión por procesos y suministros. Visualización y conceptualización de los actores de la cadena de suministros y la calidad en el sistema. El Ciclo PHVA. Visualización de la administración de suministros como un sistema. Los Componentes del sistema de suministros Vs sus Procesos y productos. Los procesos del sistema: selección, estimación, programación de políticas, proveedores y plan de compras, adquisición. Recepción, almacenamiento, distribución, evaluación y control de los suministros en una empresa y las actividades que los conforman.
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

- Curso 13- Homologación de proveedores: Consiste en calificar de una manera cuantitativa a los proveedores, a partir de ciertas variables para identificar si cumplen o no con los requisitos exigidos por la empresa.

Tabla 24. Descripción del curso de homologación de proveedores

CURSO 13: HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES	
Contenido:	Primero se realiza una revisión documental de los siguientes puntos: Escrituras de la empresa RUC Contratos de arrendamiento de oficinas o pago de impuesto predial Pagos IESS Pagos SRI Balances de los últimos 3 años Componente 1 Calidad ¿Tiene un sistema de Gestión de Calidad? ¿Tiene mapa de procesos? ¿Tiene Caracterizaciones? ¿Tiene indicadores? - Componente 2 Infraestructura ¿Tienen registro de mantenimiento de la infraestructura? ¿Tiene registro de mantenimiento de vehículos? ¿Tiene registro de mantenimiento de equipos de cómputo? - Componente 3 Comercial ¿Realiza proformas? ¿Cuántos días de crédito otorgan? ¿Realizan encuestas de satisfacción al cliente? - Componente 4 Financiero Índices de liquides Índices de endeudamiento ROI
Duración:	24 horas
Certificado:	Una vez culminado y aprobado el curso
Facilitador:	Especialista en marketing y negocios
Inversión:	280
Descuentos:	10% pagos en efectivo

Fuente: Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

Elaborado por: Laura Pino C.

Como se puede observar el portafolio de servicios que ofrece la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. es muy amplio, el capital humano esta en la capacidad de brindar todos estos servicios de asesoría y capacitación, garantizando un servicio oportuno y con calidad.

Duración: La duración de todos los cursos se los ejecutará en un tiempo estimado entre 16-24 horas, esta variable depende de la necesidades y adaptaciones con el cliente.

3.10. Evaluación de Resultados

- Certificado de aprobación de la capacitación.
- Se deberá presentar un informe en un plazo de 5 días laborables acerca de la capacitación al Gerente General de la compañía capacitada, para mostrar los resultados obtenidos, con el fin de identificar las falencias que hay que fortalecer en el capital humano.
- Así como también, una vez culminada las capacitaciones se realizará una encuesta de satisfacción al cliente con el propósito de acoger las recomendaciones de los clientes y seguir brindando un servicio de calidad.

3.11. Implementación de Sistemas de Gestión

La compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. Además de ofrecer servicios de cursos de capacitación y asesorías, se especializa en brindar consultorías para la implementación de sistemas de gestión, el acompañamiento va desde el levantamiento de información hasta la certificación de ser el caso, detallaremos parte de los cursos en los que se especializa:

- Calidad.- Implementar un Sistema de Gestión de Calidad cumpliendo los requerimientos de la norma ISO 9001:2015.

Contenido:

- Diagnóstico
- Informe
- Cronograma de implementación

- Levantamiento de Mapa de procesos
 - Política de la Calidad
 - Objetivos de la Calidad
 - Levantamiento de procesos que incluye: Caracterización, indicadores, procedimientos, flujogramas, instructivos, manuales, formatos de registros, etc.
 - Implementación de los procesos
 - Auditorías Internas
 - Registro de no conformidades
 - Cierre de no conformidades
 - Planes de acción
 - Mejora Continua
 - Acompañamiento a la pre auditoría de certificación
 - Cierre de no conformidades
- Medio Ambiente.- Ofrecer el servicio de implementación y certificación de la ISO 14001:2015, bajo el cumplimiento de los requerimientos de esta norma.

Contenido:

- Diagnóstico
- Informe
- Cronograma de implementación
- Levantamiento de Mapa de procesos
- Política Medioambiental

- Objetivos ambientales
 - Matriz de aspectos e impactos ambientales
 - Levantamiento de procesos que incluye: Caracterización, indicadores, procedimientos, flujogramas, instructivos, manuales, formatos de registros, etc.
 - Implementación de los procesos
 - Auditorías Internas
 - Registro de no conformidades
 - Cierre de no conformidades
 - Planes de acción
 - Mejora Continua
 - Acompañamiento a la pre auditoría de certificación
 - Cierre de no conformidades
- Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.- Implementar un sistema de gestión de Seguridad y Salud Ocupacional basado en los requerimientos de la norma OHSAS 18001:2007, cabe recalcar que la norma OHSAS 18001:2007 está por migrar por la Norma ISO 45001:2016, en la implementación esta norma debe cumplir los requerimientos legales del país donde se implemente.

Contenido:

- Diagnóstico
- Informe
- Cronograma de implementación

- Levantamiento de Mapa de procesos
 - Política de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
 - Objetivos de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
 - Matriz de riesgos
- Levantamiento de procesos que incluye: Caracterización, indicadores, procedimientos, flujogramas, instructivos, manuales, formatos de registros, etc.

Contenido:

- Implementación de los procesos
 - Auditorías Internas
 - Registro de no conformidades
 - Cierre de no conformidades
 - Planes de acción
 - Mejora Continua
 - Acompañamiento a la pre auditoría de certificación
 - Cierre de no conformidades
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): Implementar, revisar y adecuar un Sistema de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Contenido: Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Instalaciones:

- Distribución de áreas
- Pisos, paredes, techos y drenajes.
- Ventas y puertas.

- Escaleras, Elevadores y Estructuras Complementarias.
- Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua.
- Iluminación, Calidad del Aire y Ventilación.
- Control de Temperatura y Humedad Ambiental.
- Instalaciones Sanitarias.
- Suministro de Agua, de vapor.
- Disposición de Desechos Líquidos y Sólidos
- Diagramación de procesos operativos. Definición de documentación legal aplicable.
- Definición del alcance de cumplimiento operativo para Certificar BPM. Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Equipos y Utensilios y su monitoreo - Mantenimiento.
- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Requerimientos Higiénicos de Fabricación – Materias Primas e Insumos.
- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Requerimientos Higiénicos de Fabricación - Personal:
- Educación y capacitación.
- Estado de salud.
- Comportamiento
- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Operaciones y Producción.
- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Envasado, Etiquetado y Empaquetado.

- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto a Almacenamiento, Distribución, Transporte y Comercialización.
- Definición de Requisitos a cumplir en cuanto al Aseguramiento y Control de Calidad.
- Desarrollo de registros y evidencias para auditorías
- Definición de la Política de Inocuidad
- Revisión y adecuación del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura
- Cubrir detalles para presentación a Auditoria de Certificación Presentación a Auditoria de Certificación.

Las consultorías que oferta Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda., se basa en la implementación de sistemas de gestión, este servicio depende de la magnitud de la empresa para planificar en un tiempo y cronograma establecido, puede variar entre 6-12 meses aproximadamente.

3.12. Direccionamiento estratégico

Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. maneja un direccionamiento por medio de gestiones internas, por ser una compañía nueva por el momento se manejan dos gerencias que son procesos agregadores de valor. Estos son: Gerencia de Ventas y Gerencia de Operaciones. La Gerencia de Ventas es la encargada de aplicar estrategias y plantear metas para lograr vender el servicio de asesoría y consultoría.

Existen variedad de estrategias para implementar en el área de ventas, es por esta razón que el personal que es responsable de esta gestión tiene el conocimiento del servicio ofrecido. Esta gestión es la encargada de realizar los acercamientos y dar seguimiento a las ofertas presentadas por las asociaciones, los cuales hacen de intermediarios que agregan un valor entre un 20-30% adicional al curso, esto permite captar clientes por medio de estas asociaciones y esta diferencia es la ganancia de las asociaciones.

Adicional a ello, se maneja una base de datos de empresas que son futuros potenciales clientes y el asesor de ventas deberá agendar citas y reuniones previas de ventas con el propósito principal de ir cerrando las ventas.

El segundo proceso agregador de valor es la Gerencia de Operaciones, esta gestión interna está integrada por el equipo de consultores, mismos que están en continuo aprendizaje porque estamos en un mundo globalizado y estar concientes que el conocimiento debe estar actualizandose permanentemente y adaptandose a los cambios.

El cliente en la actualidad con la era de la digitalización tiene el alcance a una autoformación por medio del internet, programas, etc., por esta razón se debe ofertar una diferenciación en el servicio por medio de talleres, mesas de trabajo, cursos, capacitaciones, etc. ofreciendo un valor agregado al servicio del conocimiento.

Una de las estrategias para confirmar la calidad en el servicio es la certificación de una empresa externa despues de la correcta implementación del sistema de gestión realizado por la compañía Corporación Dinamycs Corp.

AG&LV Cía. Ltda., este proceso es un poco más largo pero consiste en que el equipo consultor va apoyando en el transcurso y realiza un acompañamiento hasta lograr la certificación como resultado final.

Y por último, si bien es cierto que generar una rentabilidad para la compañía es un propósito importante, no debemos dejar a un lado la comunicación directa con el cliente, es de suma importancia mantener un seguimiento en el servicio, para cumplir y sobrepasar las expectativas de los clientes.

3.5 Elección de estrategias

El direccionamiento estratégico permitirá definir y realizar un análisis más minucioso, en este diseño del plan estratégico las herramientas de gestión de las ventas de servicios así como con el presupuesto y la programación de capacitaciones e implementaciones. Para el caso de la gestión de ventas se va a planificar de la siguiente manera, para lograr una proyección efectiva de la empresa Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.:

Tabla 25. Proyección de ventas mensual

CRONOGRAMA DE VENTAS MENSUALES AÑO 2018				
DETALLE	No. Empresas / No. Cursos	No. Personas	Valor por implementación/Curso por persona	TOTAL
CURSOS AL MES	3	25	220	16.500,00
IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN	1	-	8.000,00	8.000,00
TOTAL INGRESOS MENSUALES				24.500,00

Elaborado por: Laura Pino C.

El cronograma de ventas que hemos planificado mensualmente se deben realizar tres (3) capacitaciones una vez conformado un grupo de veinticinco (25) personas por un valor total de \$220,00 dólares, lo que nos generaría un ingreso mensual por capacitación de \$16.500,00 dólares. Dentro de este valor esta incluido los materiales de capacitación (cuadernos, esferos, instrumentos para realizar talleres y lo que se considere necesario para la ejecución del curso), tiene una duración de 3 días hábiles (entre 16-24 horas) que pueden ser modicables según el requerimiento del cliente.

En lo referente a las implementaciones de sistemas de gestión, se consideró como meta una (1) venta mensual, los costos varían con un valor mínimo de \$8.000,00 dólares en caso de ser una empresa pequeña. De ser una empresa grande los costos y valores subirían, y también el tiempo estimado, las visitas técnicas se las realizará en un promedio de 2-3 días a la semana para el levantamiento de información y sistematización de los procesos e implementaciones de sistemas.

El resultado de ingresos mensuales sería aproximadamente por un valor de \$24.500,00 dólares, es decir la suma del total de capacitaciones e implementaciones de sistemas de gestión, tal como lo detallamos en el grafico.

Como podemos observar la proyección de las consultorías tendrán un incremento mensual y por ende se debería contratar más talento humano para la implementación de los sistemas de gestión debido a que el capital humano sería insuficiente.

3.13. Talento humano

El talento humano es de mucha importancia es el capital intangible de la compañía, personal que se encuentra altamente capacitado, que mantiene una co-responsabilidad por la compañía y comprometido al crecimiento de Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.

El talento humano que se encuentra laborando por el momento se detalla mediante la siguiente tabla:

Tabla 26. Presupuesto del talento humano de la CORPORACIÓN DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.

No	CARGO	SUELDO UNIFICADO	APORTE IESS 11.15%	FONDO DE RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	COSTO MENSUAL
1	GERENTE GENERAL	1000	111,5	83,33	83,33	31,25	1.309,41
2	GERENTE DE VENTAS	800	89,2	66,67	66,67	31,25	1.053,79
3	GERENTE DE OPERACIONES	800	89,2	66,67	66,67	31,25	1.053,79
4	CONSULTORES (2)	1000	111,5	83,33	83,33	31,25	1.309,41
5	CERRADORES	800	89,2	66,67	66,67	31,25	1.053,79
6	ASISTENTE DE GERENCIA	400	44,6	33,33	33,33	31,25	542,51
TOTAL POR MES		4.800,00	535,2	400	400	187,50	6.322,70

Elaborado por: Laura Pino C.

Como estructura de arranque se cuenta con siete (7) personas: Gerente General, Gerente de Ventas, Gerente de Operaciones, Asesor de Ventas, Consultores (2) y una Asistente de Gerencia. Solo en el caso de los consultores y en el caso de requerir servicios adicionales en relación a la demanda del servicio se

contratarán bajo la modalidad de servicios profesionales, es decir serán consultores externos sin relación de dependencia a la compañía.

3.14. Presupuesto financiero

Para la creación de la empresa se realizó un presupuesto estimado de ingresos y gastos de la compañía, de esta manera se iba a realizar una proyección del cumplimiento en las ventas y el talento humano con el que se va a contar para la ejecución y correcto funcionamiento.

Tabla 27. Cálculo del presupuesto general mensual

CORPORACIÓN DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.			
PRESUPUESTO GENERAL MENSUAL			
A. Ingresos			
Ingresos por servicios de asesoría y capacitación			24.500,00
Suman ingresos mensuales			24.500,00
B. Gastos operativos			
Suministros de oficina	200	MENSUAL	200
Gasolina	100	MENSUAL	100
Publicidad	200	MENSUAL	200
Gastos sueldos		MENSUAL	8.385,20
Suministros de limpieza		MENSUAL	50
Mantenimiento sistemas	100	MENSUAL	100
Gastos telefonía		MENSUAL	30
Suman gastos operativos mensuales			9.065,20
Imprevistos 10%			906,52
Total gastos operativos mensuales			9.971,72
INGRESOS - GASTOS OPERATIVOS			14.528,28

Elaborado por: Laura Pino C.

Como observamos arriba los ingresos mensuales de la compañía serán de \$24.500,00 dólares menos los gastos operativos de la compañía tomando en cuenta todas las variables que se detallan en el gráfico x serían aproximadamente de \$9.971,72 dólares, dejando una utilidad estimada de \$14.528,28 mensual. Como

resultado final se puede definir que la aplicación de estas metas y tácticas nos ayudarán al crecimiento de la compañía de una manera sustentable debido a la implantación de estrategias.

3.5 Planificación Operativa Anual

Esta herramienta que estamos utilizando se la realizó en relación a los objetivos estratégicos de la compañía, nos ayudará a elaborar las actividades que debemos ejecutar para el cumplimiento de las metas y saber los recursos necesarios para realizarlas. Así mismo, definir el responsable de cada proceso y realizar una correcta planificación de manera ordenada para poder realizar un seguimiento de gestión mediante indicadores.

A continuación se elaboró la Planificación Operativa Anual de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda.:

Tabla 28. Planificación Operativa Anual

CORPORACIÓN DINAMYS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.											
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL 2018											
No.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES	META	INDICADORES	TRIMESTRES				MEDIOS DE VERIFICACIÓN	RECURSOS	RESPONSABLE
					2019						
					I	II	III	IV			
1	Lograr la implementación de la propuesta del plan estratégico desde su aprobación en el período de un año conforme el plan de acción elaborado.	Socializar el Plan Estratégico mediante capacitaciones Reuniones para realizar el seguimiento y evaluación de resultados	100%	% de cumplimiento de la implementación del plan estratégico	25%	25%	25%	25%	Acta de revisión por parte de la Dirección Control de indicadores Matriz de seguimiento en el cumplimiento de objetivos empresariales	Computadora Impresora	Gerente General
2	Incrementar las ventas de los cursos de asesoría y capacitación en un 20% anualmente.	Preparar planes y presupuesto de ventas Establecer contacto con el cliente Elaborar y enviar proformas o cotizaciones Negociar y llegar a acuerdo con cliente Atender posibles reclamos de clientes Realizar encuestas de satisfacción a clientes	20%	% de aumento en las ventas planificadas trimestralmente	25%	25%	25%	25%	Cierres de ventas Facturas	Computadora Impresora Teléfono	Gerente de Ventas
3	Conseguir la satisfacción del cliente con una puntuación mínima de 8 mediante encuestas realizadas semestralmente.	Controlar el cumplimiento del cronograma de asesoría y capacitación Realizar encuestas de satisfacción al cliente	80%	% de satisfacción del cliente	-	50%	-	50%	Ejecución del cronograma Encuestas	Computadora Impresora Teléfono Suministros de oficina	Gerente de Operaciones
4	Aumentar el talento humano en base a la demanda de los servicios en un 15% anualmente a partir del año 2019.	Proceso de selección, inducción, evaluación del desempeño y capacitación al personal	15%	% de aumento en el incremento del talento humano	-	-	-	100%	Aumento en la plantilla óptima Contratación de personal	Computadora	Gerente General Co-responsable: Asistente de Gerencia

Elaborado por: Laura Pino C

Finalmente esta Planificación Operativa Anual servirá a la compañía para la ejecución de las actividades y tácticas de la empresa y fijar el plan de acción.

3.16. Plan de acción

3.16.1. Socialización

Para socializar y difundir la propuesta del diseño del plan estratégico para la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. se aplicará de dos maneras:

1. Mediante correos electrónicos se pondrá en conocimiento del talento humano el proyecto realizado, previo a la exposición y socialización personalmente.
2. Mediante mesas de trabajo se explicará las directrices y lineamientos que deben ser aplicadas por el personal, aquí se expondrá las metas por cumplir y los responsables de cada proceso.

Ahora realizaremos el plan de acción, mismo que se elaboró en base a las acciones y actividades que deben ejecutarse para el cumplimiento de los objetivos de la Planificación Operativa Anual. Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. implementará estas acciones por ejecutarse que serán evaluados mediante indicadores, detallamos los responsables de cada gestión a continuación:

Tabla 29. Plan de Acción

CORPORACIÓN DINAMYCS CORP. AG&LV CÍA. LTDA.			
PLAN DE ACCIÓN			
ACCIONES	INDICADOR	FECHA LÍMITE	RESPONSABLE
Socializar el Plan Estratégico mediante capacitaciones a fin de realizar un seguimiento a las metas establecidas y la evaluación de los resultados.	No. de cumplimiento de actividades ejecutadas / No. de actividades planificadas	28-dic-19	Gerente General
Establecer contacto con el cliente para elaborar y enviar proformas o cotizaciones y llegar a un acuerdo con el cliente	No. de cotizaciones efectivas / No. de cotizaciones enviadas	Proceso continuo (frecuencia mensual)	
Preparar planes para las ventas de los servicios	% de ejecución del plan de acuerdo al cronograma	15-ene-19	Gerente de Ventas
Atender posibles reclamos de clientes mediante encuestas de satisfacción a clientes	No. de servicios insatisfechos atendidos / No. de servicios insatisfechos recibidos	Proceso continuo (frecuencia mensual)	
Realizar encuestas de satisfacción al cliente	No. de encuestas realizadas / No. de encuestas planificadas	28-jun-19	Gerente de Operaciones
Aumentar el capital humano dentro de la empresa, esto será en relación a la demanda de los servicios	No. de contrataciones realizadas / No. de contrataciones planificadas	28-dic-2019	Gerente General Co-responsable: Asistente de Gerencia

Elaborado por: Laura Pino C

El personal que no cumpla con sus metas, pasará a un período de validación y verificación para realizar un análisis del por qué el incumplimiento de metas, con el objetivo principal de tomar acciones correctivas a fin de solucionar el problema.

3.17. Análisis comparativo

La compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. inicialmente no contaba con un plan estratégico por múltiples factores que impedían realizar la propuesta, entre ellos el limitado talento humano y principalmente por ser una empresa de reciente creación, por tal razón y en vista de identificar esta necesidad surgió la idea de realizar una propuesta de diseño del plan estratégico, misma que

ha sido elaborada en conjunto con el personal de la compañía, realizando un análisis validado sobre las necesidades que se requieren, lo que nos permitió realizar un levantamiento de información adecuado.

Una vez revisado el diseño del plan estratégico por los socios de la compañía Corporación Dinamycs AG&LV Cía. Ltda. y de realizar ciertos aportes y ajustes a la propuesta se decidió implementar el plan estratégico, a partir del mes de septiembre de 2018, mismo que ayudará a obtener un direccionamiento estratégico para lograr cumplir con la misión, visión y objetivos de la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El diseño del plan estratégico elaborado para la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. Se basa principalmente en establecer las estrategias que se alineen a las necesidades de la compañía, la propuesta del plan estratégico no garantiza el éxito, como lo cita el autor Pedros el 70% de las compañías fracasan por no ejecutar correctamente las estrategias, pues estas deberían ser aplicadas mediante un trabajo continuo y logrando definir las funciones y responsabilidades de cada área.

El 100% de los encuestados confirman y argumenta el análisis, que la compañía requiere de un direccionamiento estratégico al no contar con filosofía empresarial, objetivos estratégicos, análisis interno, plan operativo y un plan de acción, mismo que servirá para que la empresa se vuelva sostenible con proyección al futuro.

El 57% de los encuestados asegura que la compañía no realizó un análisis interno (FODA) y externo (PESTAL), herramientas importantes que fortalecen y son necesarias para la toma de decisiones.

Así mismo, para que la compañía logre incrementar el portafolio de los servicios ofrecidos ésta deberá ejecutar las acciones necesarias en el área de ventas, irse dando a conocer en el mercado nacional e irse posesionando con su imagen institucional. El crecimiento del talento humano irá relacionado al aumento en la demanda de los servicios ofertados.

Dentro del plan de acción se ha planteado, la planificación operativa anual, herramientas útiles para definir a los responsables de cada proceso y poder realizar un seguimiento a las gestiones realizadas, es importante mencionar que el seguimiento se lo realizará de manera trimestral a fin de medir los resultados cuantitativamente mediante indicadores de eficiencia y eficacia.

Con este proyecto se ha confirmado sobre la importancia en la actualidad de la presencia de la planificación estratégica en las compañías, sin embargo existen aún varias empresas que no concientizan sobre la importancia de la implementación del plan estratégico. Es allí cuando cabe recalcar principalmente a las empresas privadas por ser fuentes de empleo y productividad en nuestro país, sobre la relevancia que es contar con un direccionamiento estratégico para lograr mantenerse a largo plazo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Universidad Tecnológica Israel que dentro de su pensum académico existan casos más prácticos acerca de la realización de planes estratégicos para que una vez que los estudiantes se encuentren familiarizados sobre el tema, al momento de diseñar y ejecutar laboralmente la planificación estratégica se obtengan resultados favorables.

Se recomienda a los socios de la compañía Corporación Dinamycs Corp. AG&LV Cía. Ltda. que una vez concluido el diseño del plan estratégico, este debería ser implementado.

Finalmente, se sugiere a la Gerencia General dar continuidad al proceso de realizar reuniones de trabajo periódicamente con todo el personal, para seguir generando nuevas ideas y estrategias, ya que al ser una empresa reciente en el mercado necesita irse fortaleciendo como institución.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E. &. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: Esic .
- Daniel Martinez Pedros, A. M. (2005). *La elaboracion del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Guix, J. (2004). *Dimensionando los hechos: la encuesta (I)*. *Revista de Calidad Asistencial*, 19(6), 402-406.
- H Mintzberg, J. Q. (2007). Obtenido de https://www.abc.es/historia/abci-anibal-barca-inesperado-genio-guerra-dejo-roma-borde-destruccion-201602090240_noticia.html
- H Mintzberg, J. Q. (2007). España: Ediciones Díaz de Santos.
- Henry Mintzberg, J. B. (1997). *El proceso estratégico*. Pearson.
- Kaplan, R. S. (1997). *El cuadro de mando integral*. Barcelona: Gestión 2000.
- LEY DE COMPAÑÍAS . (20 de 05 de 2014). ECUADOR.
- Martinez, P. D., & Milla, G. A. (2012). *La elaboracion del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mintzberg, H. &. ((2007)). *Planeación estratégica*. . España: Ediciones Díaz de Santos.
- Pedrós, D. M. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. . Ediciones Díaz de Santos.
- Porter, M. E. (1996). *Estrategia Competitiva*. México: Compañía Editorial Continental, S.A. DE C.V. .
- Ribeiro. (s.f.).
- Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos.
- Suarez, L. (2014). Planificación Estratégica, El corazón del trabajo en una organización. *Planica con FELs*, 6-7.
- Vicuña, J. M. (2015). El plan estratégico en la práctica. En J. M. Vicuña, *El plan estratégico en la práctica* (págs. 46,47). ESIC.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA CORPORATION DINAMYCS CORP AG&LV CIA. LTDA. ”

Objetivo: Conocer si el talento humano de la empresa Corporación Dynamics Corp. AG&LV Cía. Ltda. tiene una planificación estratégica?

Fecha _____

1.- Corporacion Dynamics Corp. Cuenta con un plan estratégico?

SI

NO

2.- Considera que es de importancia la planificación estratégica para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

SI

NO

3.- Se ha definido una Misión y Visión que contribuya a los objetivos de la Compañía?

SI

NO

4.- Su empresa cuenta con un análisis interno - FODA?

SI

NO

5.- Se realizó un análisis externo en la empresa – PESTAL?

SI

NO

6.- La empresa tiene establecido un plan de Acción para convertir las debilidades y amenazas en fortalezas y oportunidades?

SI

NO

7.- El personal de la empresa tiene conocimiento de las metas y estrategias institucionales?

SI

NO

8.- La empresa cuenta con una medición de cumplimiento de objetivos empresariales?

SI

NO

9.- Considera importante contar con una gestión de auditoría interna?

SI

NO

10.- La empresa cuenta con la aplicación de indicadores de gestión y cumplimiento?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN