



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020- CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del Proyecto

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA TELECOMUNICACIONES NETWORK SERVICES
NETSER SA**

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Wilson Santiago Caiza Chuquillan

Tutor/a:

Mg. Ana Lucia Tulcán Pastas

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Mg. Ana Lucia Tulcán con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones Network Services Netser SA.

Elaborado por: Wilson Santiago Caiza Chuquillan, de C.I: 1722750807, estudiante de la Maestría: Administración de empresas, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 16 de marzo de 2023

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Wilson Santiago Caiza Chuquillan con C.I: 1722750807, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones Network Services Netser SA. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de empresas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 16 de marzo de 2023

Firma

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Problema de Investigación	4
OBJETIVOS	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos.....	4
Vinculación con la Sociedad y Beneficiarios Directos	4
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	6
1.1. Contextualización General del Estado del Arte	6
1.1.1. Mejora Continua de una Empresa.....	8
1.1.2. Plan de Mejora Continua.....	8
1.1.3. 5 Fuerzas de PORTER.....	9
1.1.4. Ciclo de vida de la Empresa	10
Demanda Insatisfecha.....	10
1.1.5. Canales de Organización	11
1.1.6. Plan Operativo.....	12
1.1.7. Infraestructura	12
1.1.8. Cadena de Valor	12
1.1.9. Variables Externas	12
1.1.10. Gestión de Oferta	13
1.2. Proceso Investigativo Metodológico	13
1.2.1. Tipo de Investigación.....	13
1.2.2. Nivel de Investigación	13
1.2.3. Investigación de Campo	14
1.2.4. Población.....	15
1.2.5. Muestra	16

1.2.6.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	16
1.2.7.	Encuesta	17
1.2.8.	Observación.....	17
1.2.9.	Instrumentos	18
1.2.10.	Análisis de resultados de la aplicación del instrumento a 10 Trabajadores	19
1.2.11.	Visita de Campo.....	24
CAPÍTULO II. PROPUESTA.....		26
2.1. Fundamentos Teóricos Aplicados		26
2.1.1.	Plan de Mejora	26
2.1.2.	Estrategia	28
2.1.3.	Objetivos	28
2.1.4.	Misión.....	29
2.1.5.	Visión.....	29
2.1.6.	Plan de acción	29
2.1.7.	Indicadores.....	29
2.1.8.	Geolocalización	29
2.2. Descripción de la Propuesta		31
a.	Estructura General	31
b.	Explicación del Aporte.....	31
c.	Estrategias y/o Técnicas	32
2.3. Diagnostico Situacional.....		32
2.3.1. Análisis Interno.....		32
2.3.2. Análisis Externo		33
2.4. Misión De La Empresa Network Service S.A.		33
2.5. Visión De La Empresa Network Service S.A.		33
2.6. Matriz FODA.....		34
2.7. Análisis FODA		35
2.8. Formulación de estrategias		38

2.8.1. Objetivos Estratégicos.....	38
2.9. Implementación de Estrategias	40
2.10. Control de estrategias	47
2.11. Validación de Propuesta	48
2.11.1. Cuestionario aplicado al Especialista Introdutor.....	49
2.11.2. Resultados de la Validación	51
2.12. Matriz de Artículo de la Propuesta	52
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	56
ANEXOS.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Porcentajes de participación en el Mercado	2
Figura 2. Plan de Mejora Continua	8
Figura 3. Fuerzas de Potter	9
Figura 4. Mezcla de Marketing	10
Figura 5. Canales de Organización	11
Figura 6. Estructura del Plan Estrategico para la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.	31
Figura 7. Fuerzas de porter de la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.	34
Figura 8. Mapa Estrategico de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.	37
Figura 9. Organigrama del Plan de Mejoras para la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población	15
Tabla 2. Preguntas Básicas	16
Tabla 3. Misión y Visión de la Empresa.....	19
Tabla 4. Objetivos de la Empresa.....	19
Tabla 5. Capacitación	20
Tabla 6. Estructura Organizacional	20
Tabla 7. Participación en el mercado.....	21
Tabla 8. Crecimiento de la Empresa	21
Tabla 9. Relación con los principales Clientes.....	22
Tabla 10. Plan de Capacitación e Inducción.....	22
Tabla 11. Mecanismos de Control	23
Tabla 12. Planes Operativos Departamentales.....	23
Tabla 13. Análisis FODA	37
Tabla 14. Estrategia 1.....	40
Tabla 15. Estrategia 2.....	41
Tabla 16. Estrategia 3	42
Tabla 17. Estrategia 4.....	43
Tabla 18. Cronograma de Capacitaciones.....	46

Tabla 19. Cuadro de Control Institucional	46
Tabla 20. Descripción del Perfil de Validadores.....	48
Tabla 21. Cuestionario para la Validación.....	49
Tabla 22. Matriz resumen Validación de Expertos	50
Tabla 23. Matriz de Artículo de la Propuesta	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	59
ANEXO 2.....	61
ANEXO 3.....	62
ANEXO 4.....	63
ANEXO 5.....	64

INFORMACIÓN GENERAL

Las empresas hoy en día se encuentran en un entorno altamente competitivo, por lo que necesitan una cultura de servicio ágil enfocada en el deleite del consumidor y usuario a través del progreso continuo. A medida que los consumidores se vuelven más exigentes, las pequeñas y medianas empresas brindan alternativas que mejoren su crecimiento. Este trabajo de investigación contiene la envergadura, sosteniendo la propuesta de un plan estratégico que se debe aplicar a la empresa de telecomunicaciones, así como la relevancia que tiene en la alternativa de solución ante los obstáculos impactantes que tuvo la pandemia del coronavirus lo cual está causando presión insoportable sobre las líneas de trabajo y capital haciendo que su liquidez se vea afectada ocasionado la salida de algunos colaboradores haciendo que la estabilidad no sea la adecuada.

Con la ayuda de la gestión estratégica, puede ayudar a los expertos de la empresa a ser más conscientes de sus funciones. Muestra el crecimiento de la productividad, lo que eleva la capacidad de la empresa, además de ayudar a utilizar correctamente los recursos, reducir los desperdicios y aumentar la rentabilidad de cada operación comercial. Por otro lado, la mejora continua es responsable de la calidad de los productos y servicios, siendo nuestros aspectos más importantes de calidad; buena durabilidad, rendimiento y fiabilidad, los productos se optimizan y el diseño se renueva adoptando estas mejoras.

Es por esta razón muchas de las empresas por no contar con un plan estratégico hoy en día están quebrando ya que se ven afectadas y requieren de medidas urgentes de financiación por la baja de rentabilidad existente, ya que las personas dejaron de consumir muchos productos por la falta de ingresos económicos o prescindir de algunos servicios y productos por el encarecimiento de la canasta básica. Entonces, de esta manera el impacto del COVID-19 se siente en empresas que gozan de una sensación de estabilidad, solvencia y buena capitalización, que aún hoy se ve afectada.

En el Ecuador existen empresas que tienen dificultades de estabilidad que no cuentan con un plan de mejora continua ya que no existe una orientación ligada a buscar la estabilidad en las diferentes empresas perjudicando así al crecimiento institucional y económico de estas, y por ende a las personas que laboran, ya que no perciben el sustento adecuado y por ello la alta desigualdad que se encuentra en el Ecuador está reñida con el desarrollo., perdiendo

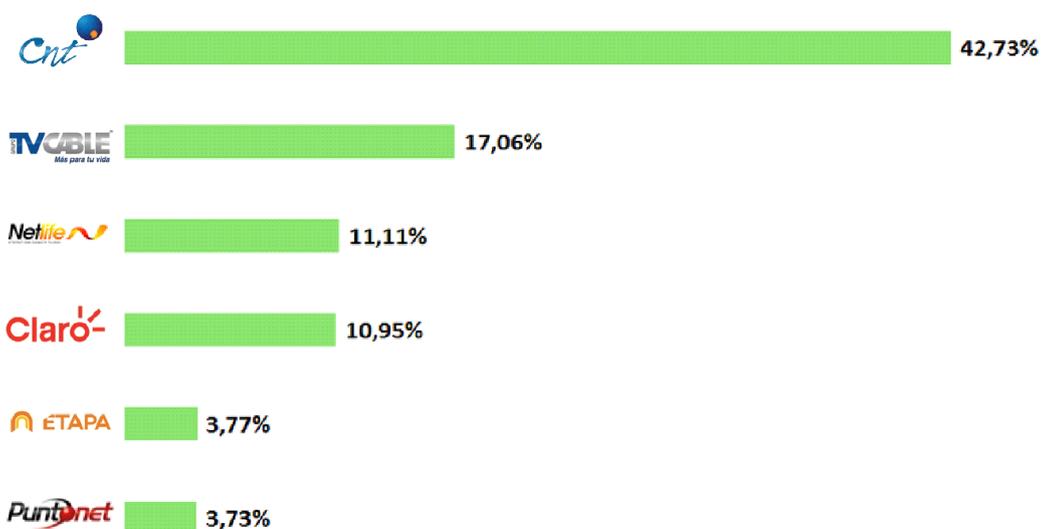
competitividad con las empresas que apuestan por una competitividad, es por ello que hoy en día podemos ver varias empresas dedicadas a la tecnología que tienen una estructura sólida, aportando confianza, credibilidad y una muy buena reputación.

Esto tiene un efecto positivo en el ambiente laboral, donde las personas que laboran en estas empresas se preocupan por su entorno, son más productivas, se enorgullecen de su trabajo y están más dispuestas a innovar. Será una ventaja competitiva cuyos resultados serán visibles a medio y largo plazo.

La participación de diferentes empresas grandes, medianas, pequeñas e inclusive micro empresas de telecomunicaciones en el mercado para el servicio con acceso a internet, Telefonía, Soporte y demás que componen el área de las Telecomunicaciones, permite observar que CNT EP, al ser un servicio de operación público ecuatoriano, mantiene el 42,73% del mercado dentro de sus clientes frecuentes, seguido por el prestador SETEL S.A operando en conjunto con la marca comercial XTRIME TVCABLE con el 17,06% de los clientes; en cambio MEGADATOS, opera bajo la marca comercial de NETLIFE que cuenta con el 11,11% de los clientes en el mercado y finalmente CONECEL S.A. con su marca de comercialización de CLARO cuenta con el 10,95% de los clientes del mercado esto lo indica (telecomunicaciones, 2021)

Figura 1.

Porcentaje de Participación en el Mercado



Nota: Tomado de Estadísticas ARCOTEL-SIETELBASE: Servicio de Acceso a Internet, (telecomunicaciones, 2021)

La empresa Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA fue conformada el 9 de agosto del 2016 en la ciudad de Quito, actualmente cuenta con una oficina en la provincia de Pichincha, en Cantón Quito, Parroquia de Tumbaco, calle Simón Bolívar y Gonzalo Díaz de Pineda Esquina, además a la fecha cuenta con 10 trabajadores.

Esta empresa fue creada con el objeto social de dedicarse a las operaciones comprendidas dentro del área de telecomunicaciones en todas sus etapas o fases como producción de bienes y servicios, comercialización, distribución, capacitación, y asesoramiento en servicios tecnológicos, quienes cuentan con plataformas multiusuarios de sistemas contables, facturación electrónica, sistemas de gestión para micro empresas como también para emprendedores dando acceso a un control interno de los bienes o servicios que cada uno comercialice en el mercado,

Además, es Distribuidor Autorizado como Partners de Motorola comercializando toda su línea de radios de comunicación desde enero del 2022, también crea su marca corporativa, tiene su propio Hosting y Dominio, mismo que es utilizado en su Página web, comercio electrónico, mail corporativo y redes sociales que son los canales principales de comercialización e interacción con sus clientes, con todo esto la empresa ha logrado crear una cartera de clientes importantes, pero no ha logrado ingresar en su totalidad en el mercado, por lo tanto, no es un potencial competidor siendo necesaria la capacitación al personal que labora en esta empresa para mejorar el volumen de ventas.

Al ser esta una empresa en crecimiento que cuenta con un personal con expectativas de crecimiento tanto profesional como económico, este debe ser capacitado día a día, enfocándose en la venta de productos tecnológicos al por mayor y menor, y al ser una empresa nueva debe marcar la diferencia con relación a las demás haciendo un plan estratégico del negocio para volverlo estable y amigable con el medio ambiente, teniendo como meta abrir nuevos nichos de comercio con los nuevos productos que día a día con un adecuado equipo de trabajo que represente su imagen de corporativa.

Problema de Investigación

¿Qué estrategias permitirán la viabilidad de la empresa de telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA?

OBJETIVOS

Objetivo general

- Obtener el plan estratégico para que la empresa de telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA sea más competitiva.

Objetivos específicos

- Contextualizar la fundamentación teórica para elaborar un plan estratégico para la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.
- Diagnosticar los elementos internos y externos para mejorar la gestión de la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA mediante la recopilación de datos.
- Elaborar el plan estratégico para aumentar la competitividad de la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.
- Realizar el proceso de validación de la propuesta del plan estratégico presentado mediante el método de criterio de especialistas.

Vinculación con la Sociedad y Beneficiarios Directos

Los socios de la empresa se benefician directamente reduciendo su aporte de inversión anual que era utilizada para mantener estable y operativa a la empresa, convirtiendo la utilidad en reinversión para el crecimiento de la misma.

La vinculación con la sociedad de esta empresa hace referencia a un conjunto de acciones encaminadas y plasmadas en el diseño, ejecución de programas y proyectos comunitarios, los cuales son desarrollados en cooperación con el sector interno y externo, con la finalidad de incrementar un impacto positivo en la comunidad.

Es por ello que la empresa Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA., se vincula a la sociedad por medio del plan estratégico para el aumento de productividad de la empresa, cumpliendo las responsabilidades con el estado referente a normativas y contribuciones, asegurando el negocio a largo plazo, generando empleo y el encadenamiento productivo, generando valor y distribuyendo riqueza en la sociedad.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización General del Estado del Arte

La contextualización o Estado del Arte es un proceso de investigación complejo, ya que mediante el mismo se puede obtener la estructura tanto bibliográfica como científica, misma que requiere de indagaciones profundas en trabajos anteriores, lo cual le ayudará al investigador a ampliar horizontes y tener una idea más clara sobre el tema tratado en curso, como manifiesta (Hurtado, 2019).

A continuación, se desarrolla la revisión documental acerca de la temática, que servirá de marco referencial para la investigación, del Plan Estratégico de la empresa donde se necesita hacer diferentes cambios que influyan en el crecimiento tanto profesional como económico de la empresa, consecuentemente se iniciará con la presentación de estudios previos que conformarán los antecedentes, luego se realizará la exposición de bases teóricas.

Reina López Margarita (2022) En cuanto a su tema, Evaluación y propuesta de mejora al plan estratégico 2018-2021 de la Empresa Eléctrica de Riobamba, el objetivo principal fue elaborar una propuesta de mejora a ser tomada en cuenta en la planificación estratégica 2022-2025 de la Empresa Eléctrica de Riobamba. Esto se hizo a la luz de la evaluación del plan estratégico 2018-2021, que fue de gran ayuda para la Compañía en el diseño del nuevo plan que servirá como hoja de ruta para los próximos años hasta 2025. El investigador empleó una metodología de investigación cualitativa para la evaluación del plan estratégico, empleando una variedad de técnicas de recopilación de datos, así como una revisión de la literatura relevante y el uso de entrevistas no estructuradas.

Los resultados del trabajo han permitido desarrollar una propuesta de mejoras al Plan Estratégico Institucional de la Empresa, que incluyó el esquema de alineación estratégica, la formulación de objetivos, metas e indicadores con base en las normas que el sector Eléctrico ha definido para su operación, así como una metodología para monitorear y evaluar el progreso hacia los objetivos estratégicos.

El trabajo expuesto ha servido como una guía para la elaboración del trabajo actual ya que, se evidencia que la utilización de una metodología cualitativa en base a una encuesta no estandarizada evidencia los diferentes factores de alteración y los posibles resultados que se pueden conseguir en caso de que la propuesta presentada en el trabajo para un plan de estratégico sea beneficiosa para la empresa en la que se está trabajando.

En contraste, el trabajo de Chuli Caguana Marcia y Sandoval Collaguazo Tania (2018) con el tema Elaboración de un plan estratégico para las construcciones hidráulicas Pilicita en el cantón Meja tiene como objetivo principal la elaboración de un plan estratégico para el negocio Construcciones Hidráulicas Pilicita, a través del cual se busca mejorar la situación administrativa y financiera.

Para desarrollar la investigación se mantuvo un enfoque jerárquico, partiendo del planteamiento del problema, objetivos, hipótesis y metodología; a continuación, se realizó un análisis del microambiente y macroambiente de la empresa; también se realizó un diagnóstico situacional que nos permitió formular estrategias de acuerdo a los objetivos planteados; y finalmente, procede a evaluar y analizar si los resultados de las estrategias propuestas fueron los esperados.

Este trabajo de investigación es relevante para la investigación actual ya que contiene sustentación bibliográfica, con temas relevantes sobre la mejora continua ya que de esta manera se podrá aplicar correctamente la metodología adecuada para encontrar los problemas empresariales y proponer soluciones adecuadas en nuestra propuesta de investigación.

Asipuela Chicaiza Shenifer y Espinosa Jiménez Yadira (2019), "Elaboración de un Plan Estratégico para la Empresa Avicola Vitaloa SA.". El principal objetivo de Avitaloa SA, empresa con sede en la parroquia Tumbaco de Quito, Ecuador, es proponer estrategias para mejorar el proceso administrativo de la empresa teniendo en cuenta la situación financiera y las prácticas actuales, lo que ayudó a determinar las políticas a proponer. Se analizó el entorno externo, incluyendo el macroambiente y el microambiente, con el fin de identificar oportunidades y amenazas a través de la presentación de un diagnóstico situacional. Este documento propone un plan de expansión para AVITALOA S.A y ofrece una dirección estratégica suficiente para dicha empresa. La propuesta incluye detalles sobre las metas y el presupuesto del plan de expansión.

Gracias al aporte de este estudio se incrementa el conocimiento de planes de mejora más factibles para el tema investigado utilizando la herramienta de mejora continua, ya que es una herramienta eficaz cuando se utiliza correctamente para descubrir problemas de negocio y proponer soluciones adecuadas. Evitar malas prácticas de fabricación, capacitar a las empresas para mejorar los servicios, superar a los competidores y aumentar los niveles de estabilidad. A día de hoy, todas las empresas, grandes y pequeñas, deben innovar y utilizar nuevas herramientas para mantenerse en el mercado, por lo que existen planes de mejora continua.

1.1.1. Mejora Continua de una Empresa

Como explica (Deming, 2018), los líderes empresariales deben considerar la importancia de buscar constantemente diferentes tecnologías que ayuden a mejorar continuamente los servicios, productos y procesos internos de cada empresa para mejorar tanto las relaciones como las experiencias. Los clientes y su capital humano en la empresa. Es decir, con las estrategias adecuadas se visualizarán áreas de mejora. Logrando así un alcance de la calidad y la excelencia empresarial.

1.1.2. Plan de Mejora Continua

Figura 2.

Plan de Mejora Continua



Nota: Tomado de PROCEM Consultores, este gráfico representa en forma sintetizada las etapas en secuencia que se deben tomar para realizar un plan de mejora en una empresa.

Según (Petit, 2022) la dirección para encontrar mejores procesos para adaptarse a la empresa y ayudarla a desarrollarse, el estudio de métodos de mejora continua en la empresa permite que la empresa crezca con la suficiente estabilidad.

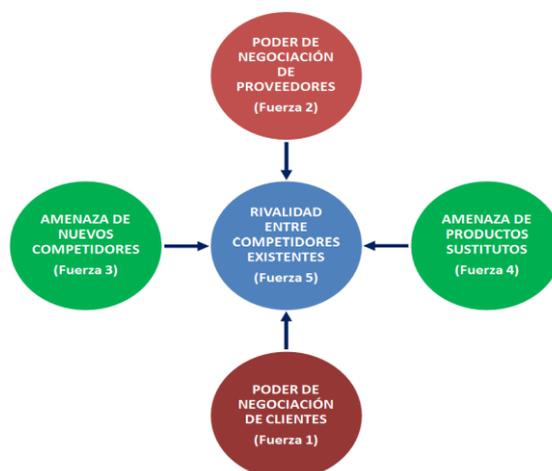
Además, es necesario un programa de progreso continuo en la empresa, porque ayudará a comprender el desempeño de la empresa y los socios, para conocer dónde están las debilidades y encontremos formas de mejorar. Por otro lado, también desea saber cuáles son sus fortalezas y encontrar formas de aprovecharlas al máximo. Para mejorar su negocio, es importante comprender cuál fue el error y poder tomar medidas para evitar que vuelva a suceder. Un plan de mejora continua debe comenzar con una autoevaluación que le permita identificar lo bueno y lo malo para identificar las mejoras que deben continuar.

1.1.3. 5 Fuerzas de PORTER

Mediante las Fuerzas de PORTER nos permitirá comprender como competir frente a otras empresas. Si no se tiene un plan bien elaborado o estructurado no se podrá sobrevivir en el entorno de los negocios, esto no da entender que la elaboración de buenas estrategias nos permitirá tener un puesto de mejor rango dentro de una empresa y así lograr a conseguir todo lo que nos hemos propuesto manifiesta (Kotler, 2018)

Figura 3.

Fuerzas de Porter



Nota: Tomado de Grandes Pymes. (Kotler, 2018) esta grafica representa las fuerzas porter con las cuales una empresa debe contar.

1.1.4. Ciclo de vida de la Empresa

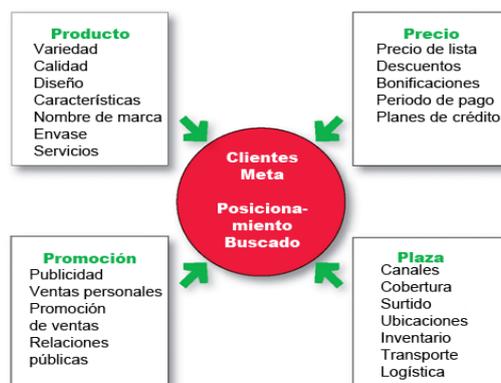
- **Introducción:** En esta primera fase es cuando sale un nuevo producto al mercado que puede llegar hacer algo innovativo, en esta etapa puede ser algo lento el crecimiento ya que se necesitara gran inversión para abastecernos de la demanda para cubrir las necesidades de los clientes (Barria, 2022).
- **Crecimiento:** Si sobrevivimos a la primera etapa pasaremos a la segunda etapa que es el crecimiento es aquí donde veremos si la empresa obtiene beneficios positivos ya que aumentara la demanda y llegaran nuevos clientes al negocio (Barria, 2022).
- **Madurez:** En esta etapa la empresa empieza a consolidarse dentro del sector (Barria, 2022).
- **Declive:** En esta etapa la demanda y en crecimiento de la empresa puede ser negativo, lo cual nos llevara a bajar precios para intentar dinamizar la demanda este sería su nivel más bajo y esto podría durar muchos años (Barria, 2022).

Demanda Insatisfecha

Es aquella donde una población o instituciones no se abastecen o no reciben de los productos que necesitan y la demanda es mayor que la oferta (Kotler, 2018)

Figura 4.

Mezcla de Marketing



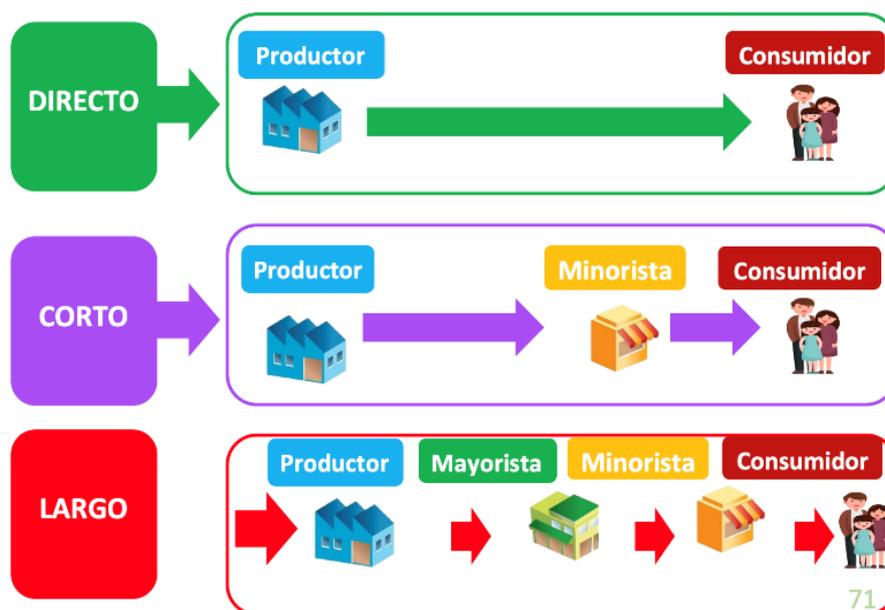
Nota: Adaptado de 4P del Marketing y cuál es su importancia, por Emprendices,2021, (<https://www.emprendices.co/que-son-las-4p-del-marketing-y-cual-es-su-importancia/>).

1.1.5. Canales de Organización

Un canal de organización es el medio que cada compañía elige para ofrecer sus productos al cliente de manera más completa, eficaz y económica posible.

Figura 5.

Canales de Organización



Nota: Tomado de PROCEM Consultores (Harrington, 2019)., en donde se evidencia los canales de organización de una empresa.

El propósito de la investigación organizacional es comprender la capacidad de respuesta de operación de la organización propietaria del negocio, además de comprender e identificar las fortalezas y debilidades, y determinar la composición de la organización para administrar las fases de inversión, operación y mantenimiento. Dicho de otra manera, la estructura organizativa de cada institución debe entenderse en relación con los requisitos necesarios para llevar a cabo el negocio y las actividades futuras (Harrington, 2019)

1.1.6. Plan Operativo

Un plan de acción organizado a corto plazo, seleccionado de planes estratégicos predeterminados a largo plazo, dirigido a encontrar metas importantes para la organización y avanzar hacia sus perspectivas de futuro durante el año (Barea, 2022)

1.1.7. Infraestructura

La infraestructura se define como las redes, sistemas y estructuras físicas que son necesarias para que la sociedad y su economía funcionen correctamente. Dependiendo de cómo sean poseídos, administrados y gobernados (compartidos con el gobierno/sector privado en términos de propiedad y gobernabilidad, según sea el caso), varios componentes de infraestructura social pueden existir en la esfera pública o privada. (Petit, 2022)

1.1.8. Cadena de Valor

Ofrece una estructura para investigar las operaciones del negocio, la competencia y cómo crear una estrategia que le dará una ventaja sobre sus rivales.

1.1.9. Variables Externas

Los factores que inciden directamente en las actividades comerciales se conocen como variables externas, y tenemos algunas de estas:

- **Política de Empleo.** – El estado actual de la nación impide generar una gestión de ventas promedio que permita la contratación de un número determinado de empleados dentro del presupuesto de la empresa.
- **Política Económica.** - Si hay inflación, los precios de los productos aumentarán, lo que reducirá las ventas de la empresa, lo que se refleja en la reducción de la rotación de inventarios y pedidos a proveedores.

1.1.10. Gestión de Oferta

Con el fin de optimizar la comercialización y oferta de productos después del mercado, las ventas se realizan directamente en la empresa en efectivo, si el cliente necesita crédito, la empresa le permitirá llenar un pagaré que será aprobado oficialmente, ya que es un instrumento de pago que es independiente del contrato negociado entre las partes relación, generación, comúnmente conocido como contrato de compraventa, es un documento que tiene obligaciones de cumplimiento legal para que el cliente reciba facilidades de crédito.

1.2. Proceso Investigativo Metodológico

1.2.1. Tipo de Investigación

El estudio cae dentro de la categoría de investigación (cualitativa y cuantitativa). Debido a que busca reflejar la naturaleza del problema tal como está, es cualitativo. Ya que las estadísticas descriptivas se pueden usar para cuantificarlo, se lo denomina cuantitativo. También se considerará el razonamiento inductivo, que facilite el análisis adecuado y la validación de datos a partir de los datos recopilados en el estudio de acuerdo con los hallazgos anteriores (Arias, 2018).

Por las razones antes mencionadas, este estudio es complejo porque representa un conjunto de procedimientos, comenzando con la identificación de las acciones a incluir en el plan estratégico de la empresa de telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA, para alinear la propuesta con los objetivos establecidos y comprobar que se trata de un plan estratégico con capacidad de eficacia a corto plazo.

1.2.2. Nivel de Investigación

Descriptivo

En esta investigación se desarrollarán técnicas para analizar, describir, registrar e interpretar los resultados que le permitirán obtener un conocimiento más especializado, definir el plan

estratégico, y aplicar los hechos sobre la sustentabilidad de la empresa, con el objetivo de obtener el suficiente conocimiento para comprender el problema de investigación y así llegar a una solución.

En este punto, se describen las características y especificidades de la pregunta en el contexto de estudio. Según (Peña, 2019) se indica que es necesario un nivel descriptivo porque es una actividad que nos permite planificar la investigación y analizar los datos realizados sobre el tema de nuestro estudio.

Así, para producir conocimientos más especializados y profundos que se utilicen frente a la presentación de hechos e ideas de carácter administrativo, se utilizan las técnicas de análisis, descripción, registro e interpretación. Esto proporcionará el conocimiento suficiente para comprender la pregunta. Investiga un poco y encuentra una solución.

1.2.3. Investigación de Campo

Una de las áreas en las que los investigadores hacen más preguntas es la elección del tipo de investigación que mejor se adapta a la situación individual. Este debate se basa en que no existe un único procedimiento estándar, sino que se pueden utilizar diferentes diseños en proporción de las particularidades específicas de cada trabajo de campo, manifiesto (Arias, 2018).

Se puede afirmar que los objetos de estudio serán aquellos que marquen el diseño del estudio de campo, debiendo el investigador elegir la vía que considere mejor para el logro de las metas planteadas, es decir, la investigación posee un enfoque mixto de investigación, lo que significa que es cuantitativa y cualitativa, ya que, la encuesta enfocada se realizó por parte del investigador en la empresa de telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA. Permitiendo así reunir información de manera estadística y cuantitativa, lo que permitirá entrelazar la información receptada con aquella que se conocía de manera bibliográfica.

1.2.4. Población

Una población está definida como un conjunto limitado de elementos que cumplen determinados parámetros. Por esta razón y por lo general hay demasiados individuos en una población para estudiarlos fácilmente, es debido a esto que los estudios a menudo se limitan al manejo de poblaciones extensas, así como también cortas que hacen de la población un segmento más pequeño pero que pueda reflejar el tema de estudio que se desea realizar (Peña, 2019).

Tabla 1.

Población

Cargos	Nombres	Total
Gerente General: (1)	Marisela Quinga	100%
Jefe de operaciones: (1)	Edison Quishpe	
Técnicos: (3)	Juan Carlos Cuasquer	
	Jinmy Tupiza	
	Paul Caiza	
Jefe Administrativo y comercial: (1)	Wilson Caiza	
	Dayana Vargas	
Supervisor comercial: (1)	Johanna Navarrete	
Asesores comerciales: (3)	Danny Ulloa	
	Katherine Pucha	
Total	10	100%

Nota: Esta tabla muestra el total de trabajadores que tiene la empresa.

Es por ello que la población en esta investigación se tomará de forma directa de 10 trabajadores quienes aportaran con la información necesaria para describir como incide un plan estratégico de la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA. (Escamilla, 2021)

1.2.5. Muestra

La muestra es la totalidad de elementos a investigar. En este caso por ser una empresa con un número limitado de colaboradores, se tendrá la colaboración de todos que se toma de forma directa la información sin necesidad de realizar ninguna fórmula.

Para la obtención de datos se implementarán instrumentos de acuerdo al tipo de investigación seleccionado para los distintos tipos de trabajos (Aria, 2018). Por ello ejecutaron técnicas acordes a la modalidad de investigación que por su carácter es de tipo mixto, accionando la observación de campo y la encuesta dirigido a una población total de 10 trabajadores de Telecomunicaciones Network Services Netser SA.

1.2.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Existen varias formas para la recopilación de información que deben ir de acuerdo con el tipo de investigación que se plantee, definido por (Arias, 2018): “Es el proceso o método específico de recopilación de información”.

Además, la técnica ayuda al investigador a determinar qué se debe hacer para lograr una meta o establecer un hecho; es conveniente y práctico. Cualquier herramienta utilizada por los investigadores para analizar fenómenos y obtener información de ellos para sus investigaciones se denomina herramienta de recopilación de datos. (Arias, 2018).

Tabla 2.

Preguntas Básicas

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Conocer la realidad del tema investigado y así determinar las necesidades del área.
2. ¿De qué personas?	De los trabajadores de la empresa

3. ¿Sobre qué aspectos?	Plan estratégico para la empresa
4. ¿Quiénes?	Investigador
5. ¿Cuándo?	Durante el segundo semestre de año 2022
6. ¿Dónde?	Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA
7. ¿Cuántas veces?	Aplicación definitiva.
8. ¿Cómo?	Observación y encuesta.
9. ¿Con qué?	Cuestionario.
10. ¿En qué situación?	Durante la jornada de trabajo

Nota: Esta tabla describe las preguntas que del cómo se realizara la investigación.

1.2.7. Encuesta

En este estudio citado (Hurtado, 2019) mencionó que una encuesta es un método diseñado para recolectar datos de un número de personas y a diferencia de una entrevista utiliza una lista de preguntas escritas a las que las personas tienen acceso con el propósito responder y así anotar también las respuestas de forma sencilla pero contundente, a esta lista se le llama cuestionario.

En este trabajo de investigación se decidió aplicar la encuesta para determinar cómo incide un plan estratégico en la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA, quienes colaboraron con sus respuestas y datos para la sustentación de esta investigación dicha encuestas fue realizada mediante un cuestionario de preguntas.

1.2.8. Observación

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman que sus observaciones sustentan la idea de que “este método de recolección de datos implica el registro sistemático, eficiente y confiable de conductas y situaciones observables a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (p. 260). A través de observaciones, este estudio podrá mostrar cómo corregir fallas y puntos débiles y aplicar instrucciones a las opciones de mejora de placas.

1.2.9. Instrumentos

1.2.9.1. Cuestionario

Según (Peña, 2019), un cuestionario de encuesta es una herramienta de investigación diseñada para recoger información mediante una serie de preguntas. En cuanto al cuestionario actual, contiene preguntas en escala de likert y cerradas que resaltan puntos específicos que se pueden cuantificar utilizando un total de 10 preguntas que permiten recabar información.

1.2.9.2. Ficha de Observación

Es una herramienta de investigación de campo que describe de manera específica un lugar o una persona. Para emplear esta técnica de observación, el investigador debe dirigirse al lugar donde se produce el hecho o acontecimiento del sujeto de estudio. Por lo tanto, este estudio utilizará una ficha de observación para ayudar a recolectar datos de manera sistemática y clara, es decir, los datos serán recolectados en la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA

1.2.9.3. Análisis de resultados

El análisis de resultados puede considerarse un tipo especial de análisis de documentos. Con esta técnica se pretende analizar las respuestas expresadas en los documentos de recolección de datos, ya que se debe cuantificar el significado de cada tema o frase. Por tanto, según (Peña, 2019), el análisis de los resultados es una metodología de investigación que busca indagar de manera objetiva, sistémica y cuantitativa el contenido aparente de la exploración.

Seguidamente, se mostrará el cuadro con los resultados descritos. El cuestionario realizado a 10 trabajadores, permitiendo visualizar los aportes respectivos, se ubicarán organizadamente en concordancia con la numeración del instrumento aplicado.

Seguidamente se iniciará un párrafo con la redacción de los aspectos señalados. Es importante que se redacte por separado lo que cada pregunta arroja. El objetivo es poder diferenciar los porcentajes positivos y negativos de cada una de las preguntas.

1.2.10. Análisis de resultados de la aplicación del instrumento a 10 Trabajadores

1.- ¿Cree usted que la Misión y Visión de la Empresa deben modificarse al implementar el Plan Estratégico?

Tabla 3.

Misión y Visión de la Empresa

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

El 80% de los trabajadores de la empresa indican que se debe modificar la misión y visión de la empresa para que vaya acorde al plan estratégico que se desea implementar.

2.- ¿Son los objetivos de la empresa un pilar fundamental para la creación del Plan Estratégico?

Tabla 4.

Objetivos de la Empresa

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	70%
No	3	30%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta 70% de los encuestados manifiestan que los objetivos de la empresa si son un pilar fundamental para la creación del Plan Estratégico de Mejora, en donde la empresa mantiene sus objetivos de manera clara que pueden ser un eje fundamental.

3.- ¿Considera que las capacitaciones para los empleados deben estar dentro del plan estratégico?

Tabla 5.

Capacitación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	70%
No	3	30%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta el 70% de los empleados consideran que el uso de capacitaciones si deben encontrarse dentro del Plan Estratégico para un adecuado funcionamiento de la empresa según las actividades que desempeña cada cargo en la empresa.

4.- ¿Existe en la empresa una estructura organizacional definida que permita gestionar de manera eficiente?

Tabla 6.

Estructura Organizacional

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta 90% de los encuestados manifiestan que la empresa no tiene una estructura organizacional definida por lo tanto es indispensable para gestionar de manera eficiente establecer una estructura organizacional dentro del Plan Estratégico.

5.- ¿Califique la factibilidad del plan estratégico de la empresa frente a la competencia?

Tabla 7.

Participación en el Mercado

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	7	70%
Regular	3	30%
Mala	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta el 70% en porcentajes iguales de los encuestados en un porcentaje mayor expresan que la participación que tiene la empresa en el mercado ante su competencia es regular por lo que es importante ejecutar un plan estratégico para ser más competitiva ante otras empresas.

6.- ¿La implementación del plan estratégico en la empresa NETWORK SERVICES NETSER S.A. ayudará al crecimiento de la empresa?

Tabla 8.

Crecimiento de la empresa.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta 100% de los encuestados manifiestan que el implementar un plan estratégico en la empresa ayuda al crecimiento, esto ocasiona que la empresa aumente su volumen de productividad, así los trabajadores puedan gozar de una estabilidad laboral y mejores recompensas por el trabajo realizado.

7.- ¿La implementación de nuevas estrategias en la empresa NETWORK SERVICES NETSER S.A. ayudara a mejorar la relación comercial con los principales clientes?

Tabla 9.

Relación con los Principales Clientes

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En respuesta a esta pregunta, el 80% de los encuestados menciona que la implementación de nuevas estrategias por parte de la empresa ayudará a mejorar la relación comercial con los principales clientes que mantiene la empresa.

8.- ¿La empresa cuenta con un plan de capacitación e inducción?

Tabla 10.

Plan de Capacitación e inducción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	20%
No	8	80%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta con un porcentaje de 80% los encuestados manifiestan que la empresa no cuenta con un adecuado plan de inducción para nuevos empleados y un plan de capacitación para quienes laboran en la empresa en los diferentes puestos de trabajo.

9.- ¿La empresa cuenta con mecanismos de control, en la ejecución de las estrategias?

Tabla 11.

Mecanismos de Control

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En respuesta a esta pregunta, el 90% de los trabajadores de la empresa indican que no disponen de mecanismos de control dentro de la organización para conseguir el cumplimiento de las estrategias planteadas.

10.- ¿La empresa cuenta con planes operativos departamentales alineados a la planificación estratégica institucional?

Tabla 12.

Planes Operativos Departamentales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	10%
No	9	90%
TOTAL	10	100%

Nota: Elaboración propia

Análisis e Interpretación de Resultados

En esta pregunta con el 90% responden que los planes operativos departamentales de la empresa son deficientes, por lo que están de acuerdo en que la implementación del Plan Estratégico dentro de la empresa.

1.2.11. Visita de Campo

Mediante la vista realizada a la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A. se ha identificado una serie de deficiencias de acuerdo a su manejo, dado que no es el eficiente para el tipo de empresa que se está tratando. Uno de los ejemplos más claros observados mediante esta visita es que los empleados del departamento de operaciones no poseen un puesto definido, es decir, no cuentan con un escritorio donde desempeñar sus labores debido a que los empleados de dicho departamento poseen horarios rotativos, y algunos aún realizan teletrabajo por lo que al momento de coincidir en horarios deben compartir los pocos escritorios que hay en el área de trabajo donde prestan sus servicios.

A su vez, el personal no suele utilizar las diferentes plataformas corporativas que brinda la empresa para la comunicación entre todos, como lo son el correo corporativo, páginas web, entre otros. Esto por la falta de conocimiento del uso adecuado de estas plataformas, por lo cual los trabajadores dejan de lado el continuar aprendiendo como usar dichas plataformas para mejorar la efectividad de la empresa.

En el departamento de ventas no cuenta con una estructura organizacional adecuada ya que, al momento de la visita realizada se ha observado que los operadores de este departamento realizan la venta de los productos ofrecidos mediante vía telefónica o WhatsApp, esto debido a que no se cuentan con puntos de venta físicos para una mejor atención a los clientes, además de que no posee acuerdos comerciales con otra entidad pública o privada por lo cual no poseen una cartera comercial amplia.

Una de las áreas más deficientes es la relacionada a las notificaciones, coordinación y entregas de los productos y/o servicios; debido a que no poseen un contacto directo con el cliente todo este proceso se realiza mediante vía telefónica, o con mensajes de texto. Logrando así coordinar de manera ineficiente y con retrasos la entrega del producto de algún cliente.

Finalmente, la deficiencia más grave de acuerdo a los pilares fundamentales de cualquier compañía es que la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A., no esté en constante revisión de la competencia, ya que debe ampliar el portafolio de productos y servicios que se puedan ofrecer a los clientes y estos sean innovadores, es decir, la empresa solo ofrece sus servicios de telecomunicación, internet y telefonía. No obstante, al existir una alta demanda de estos servicios en diferentes empresas, NETWORK SERVICES NETSER S.A. necesita implementar un producto que lo distinga antes de que las consecuencias se agraven o peor aún se pueda identificar un rezago agravado dentro de la competitividad de la empresa.

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1. Fundamentos Teóricos Aplicados

2.1.1. Plan de Mejora

2.1.1.1. Definición

Los planes de mejora integran decisiones estratégicas sobre qué cambios incorporar en varios procesos organizacionales para traducirlos en mejores servicios percibidos. Además de emplearse como una guía para la identificación de las posibles mejoras, el plan tiene que contemplar el seguimiento y revisión de las diversas actividades, así como la inclusión de acciones correctivas ante los imprevistos que puedan ocurrir (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2017).

2.1.1.2. Pasos para crear un Plan de Mejora

- *Identificar el área de mejora*

Se debe realizar un diagnóstico, a la unidad que se planea mejorar en la empresa para identificar debilidades y fortalezas en relación al ambiente que se envuelve en cada uno de los departamentos de dicha empresa. La clave se encuentra en un adecuado diagnóstico de las áreas de mejora teniendo en cuenta las debilidades que deben solventar.

- *Detectar las causas del problema*

Para crear la solución del problema identificado se deben conocer las causas que originan la idea de mejora. Se identifican una serie de herramientas metodológicas para detectar las causas principales del problema:

- Diagrama de Espina
- Diagrama de Pareto,
- Casa de la Calidad
- Tormenta de Ideas.

Al emplear algunas estrategias anteriormente mencionadas, se recopila información adecuada para detectar las causas que propician la creación de un plan de mejoras para toda una empresa.

- *Formular el objetivo*

Posterior a la identificación de los lugares o departamentos de mejora, y de las causas que propician dichas mejoras se deben definir los objetivos o la finalidad y determinar el período de tiempo para su ejecución.
- *Seleccionar las acciones de mejora*

Una vez propuestos los objetivos se deben plantear todas las alternativas de mejora existentes para evaluar y priorizar las más adecuadas. Para llevar a cabo dicha acción se debe realizar un listado de todas las estrategias que deberán ejecutarse para cumplir los objetivos antes planteados.
- *Realizar una planificación*

Con el listado de mejoras realizado se debe realizar una planificación estratégica para cada una de las mejoras planteadas, donde se aplicarán las acciones elegidas. Dado que se debe identificar las posibles restricciones que existen para condicionar su viabilidad.
- *Seguimiento del plan de mejoras*

Finalmente, después de cada uno de los pasos realizados se debe realizar un cronograma donde se dé seguimiento a cada una de las acciones de mejora. En dicho cronograma, se establecerán de forma ordenada las estrategias a priorizar con los plazos establecidos para el desarrollo de cada una de las mismas. (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2017)

2.1.1.3. Ventajas de un Plan de Mejora

- *Incrementa el Rendimiento del Equipo*

Una comprensión sistémica de las actividades y operaciones planificadas es posible gracias a la mejora de los diversos procesos.
- *Incrementa el Rendimiento del Equipo*

Al mejorar el rendimiento del equipo con el uso de nuevas estrategias se puede definir una mayor factibilidad en las diferentes áreas.

- *Reducción de Costos*

La organización de los costos al administrarlos de manera adecuada, disminuye los desperdicios de todo tipo.

- *Reduce el Tiempo de Ejecución*

Cuando el personal se desenvuelve de manera adecuada y los recursos se utilizan estratégicamente, no existe interferencia alguna para que se logren cumplir los objetivos en cada proceso.

- *Optimización de los Procesos*

Se asegura una optimización de las operaciones del negocio aumentando la sustentabilidad de los procesos.

- *Disminución de los Errores*

Mediante la mejora de los procesos de la empresa existe un aumento de la productividad del personal, dado que se disminuyen los errores (Bantu Group, 2020).

2.1.2. Estrategia

La estrategia es una herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas. (Gestiopolis, 2023).

2.1.3. Objetivos

El objetivo es una de las instancias fundamentales en un proceso de planificación y que se plantea de manera abstracta en ese principio, pero luego puede o no concretarse en la realidad, según si el proceso de realización ha sido exitoso o no. (Economía, 2022).

2.1.4. Misión

La Misión en el ámbito empresarial, hace referencia a los objetivos de una empresa, sus actividades y la manera en que funciona la misma. En las misiones empresariales quedan establecidos las planificaciones, funciones, medios y fines perseguidos, además que la misión que establezca la empresa deberá ser motivadora, concreta, amplia y realista. (Concepto, 2023).

2.1.5. Visión

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. (Gestiopolis, 2023)

2.1.6. Plan de acción

El plan de acción contiene diversas iniciativas y que serán el camino más apropiado y casi seguro de conseguir una meta propuesta. Es decir, el plan de acción actúa como una especie de instructivo que encaminara hacia la consecución del fin propuesto. (DefiniciónABC, 2023)

2.1.7. Indicadores

El término Indicadores hace referencia a un conjunto de parámetros, cada uno de los cuales representa una característica específica que se puede observar y medir, utilizados para evaluar los cambios sufridos en una actividad determinada. (DefiniciónABC, 2023)

2.1.8. Geolocalización

La geolocalización es un sistema de rastreo con el uso de las TIC que permite determinar la ubicación de objetos en un entorno físico o virtual. Esto es típico para las personas que desean utilizar servicios basados en la ubicación geoespacial manteniendo la privacidad. Las diferentes plataformas de software de geolocalización se utilizan para respaldar los objetivos comerciales de varias empresas. (Evaluando Softwares, 2022).

2.1.8.1. Ventajas de la Geolocalización

La geolocalización despliega una serie de ventajas enfocadas netamente a una empresa. Las mejoras en los servicios comerciales y públicos también benefician a los usuarios o consumidores de esos servicios. Algunos de los beneficios para las empresas incluyen:

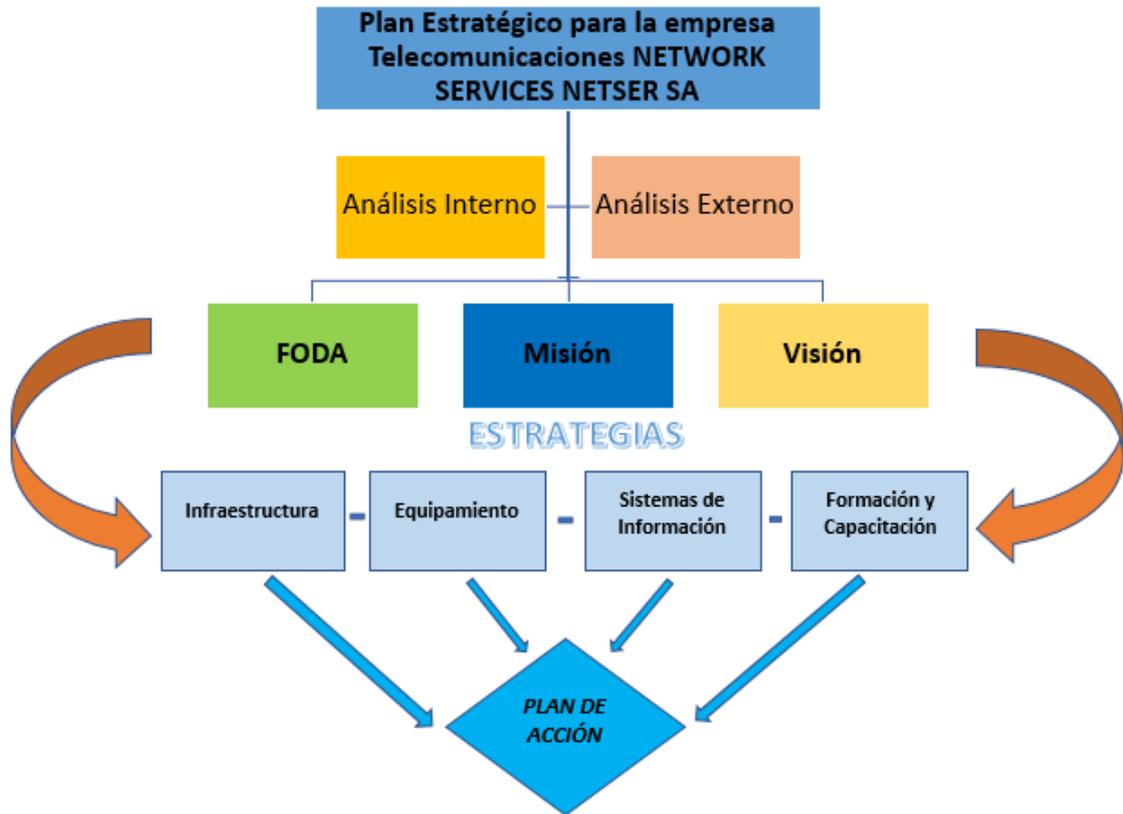
- Use el área de marketing especificada (DMA) y los datos demográficos, como de un área estadística metropolitana (MSA), en su anuncio.
- Comprender a los clientes, por ejemplo, para empatizar con las expectativas y requerimientos de los clientes por bienes y servicios.
- Asignación y gestión de activos, como la ubicación de los camiones y el estado del inventario.
- La realidad aumentada, que utiliza datos georreferenciados y otros métodos de localización como sensores de movimiento y brújulas, combina información de Internet para enriquecer al usuario.
- Gestión explícita de las actividades comerciales de Internet.
- Dispositivos de peaje de autopista como I-Pass, EZ-Pass® en los Estados Unidos.
- Vehicle Ad Hoc Network (VANS) utilizado en la Unión Europea. La mejor ruta para cada petición.
- Equilibrio en la nube.
- Detecta y previene el fraude utilizando tecnología de ubicación de IP combinada con datos de análisis de fraude.
- Procesamiento de eventos geolocalizados en tiempo real enriquecido con archivos de registro y otros datos de TI. (Evaluando Softwares, 2022)

2.2. Descripción de la Propuesta

a. Estructura General

Figura 6.

Estructura del Plan Estratégico para Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA



Nota: Elaboración propia

b. Explicación del Aporte

Para la construcción del Plan estratégico se implementará diferentes técnicas, como es la innovación, capacitación y estructura organizacional. Este proceso da lugar a una estabilidad de la empresa y un mayor soporte a toda su estructura para así generar un mayor y mejor funcionamiento. A la par, se accionarán las siguientes estrategias fundamentadas en los pilares esenciales para el buen funcionamiento de la empresa:

Competitividad

La estrategia de competitividad se desarrolla en función de los Departamento de Ventas y Departamento de Operaciones. Ya que mediante, los diferentes pasos de mejora en la empresa se logrará distinguir el aumento de la competitividad de la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.

Ambiente Laboral

En cuanto a las estrategias para mejorar el ambiente laboral, se crea una Estructura Organizacional de la Empresa. A su vez, se plantea estrategias para mejorar los diferentes departamentos, especialmente el Departamento de Operaciones y ventas que posee un mal ambiente laboral debido a la falta de puestos de trabajo y el mal funcionamiento de estos departamentos de acuerdo a los horarios que poseen los empleados.

Capacitación Continua

La última estrategia que se planea aplicar se basa en la Capacitación Continua a cada uno de los departamentos que posee la empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A., debido a que cada uno de los departamentos presenta fallas en cuanto al conocimiento y manejo de las plataformas corporativas.

c. Estrategias y/o Técnicas

2.3. Diagnostico Situacional

2.3.1. Análisis Interno

Para realizar el análisis interno de la empresa se debe tener en cuenta cada una de las fortalezas que posee la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A. En este caso, la empresa posee una gran proactividad por parte de sus empleados. Sobre todo, porque son los propios empleados quienes propician las nuevas factibilidades que la empresa desea adquirir con el tiempo. Así también, este análisis se basa en las capacidades y recursos que tiene NETWORK SERVICES NETSER S.A., los más representativos son:

- Equipos de computación actualizados,
- Personal proactivo,
- Nuevos productos en el mercado,
- Buena atención al cliente.

Se reconoce que los procesos antes mencionados son parte importante para la empresa, pero sin embargo es necesario reconocer también que la calidad durante el sistema de atención al cliente es parte imperante para la gestión, por lo cual se plantean estrategias dirigidas hacia una dificultad identificada en el proceso de observación implementado en la empresa, mismo que puso en manifiesto una mala relación y ausencia del seguimiento al cliente.

2.3.2. Análisis Externo

En cuanto al análisis externo se basa en todos los factores que influyen en el ambiente laboral de la empresa y que propician que los empleados, gerentes, y demás personal administrativo perciba como graves los problemas que se encuentran en el medio, entre estos factores se encuentran:

- Entrada de nuevos competidores
- Problemas económicos
- Problemas políticos
- Falta de empleados.

2.4. Misión De La Empresa Network Service S.A.

Generar experiencias en servicios de comunicación e información, con recursos humanos capaces y procesos eficaces, comprometida con el crecimiento y desarrollo tanto de su fuerza laboral como de la comunidad.

2.5. Visión De La Empresa Network Service S.A.

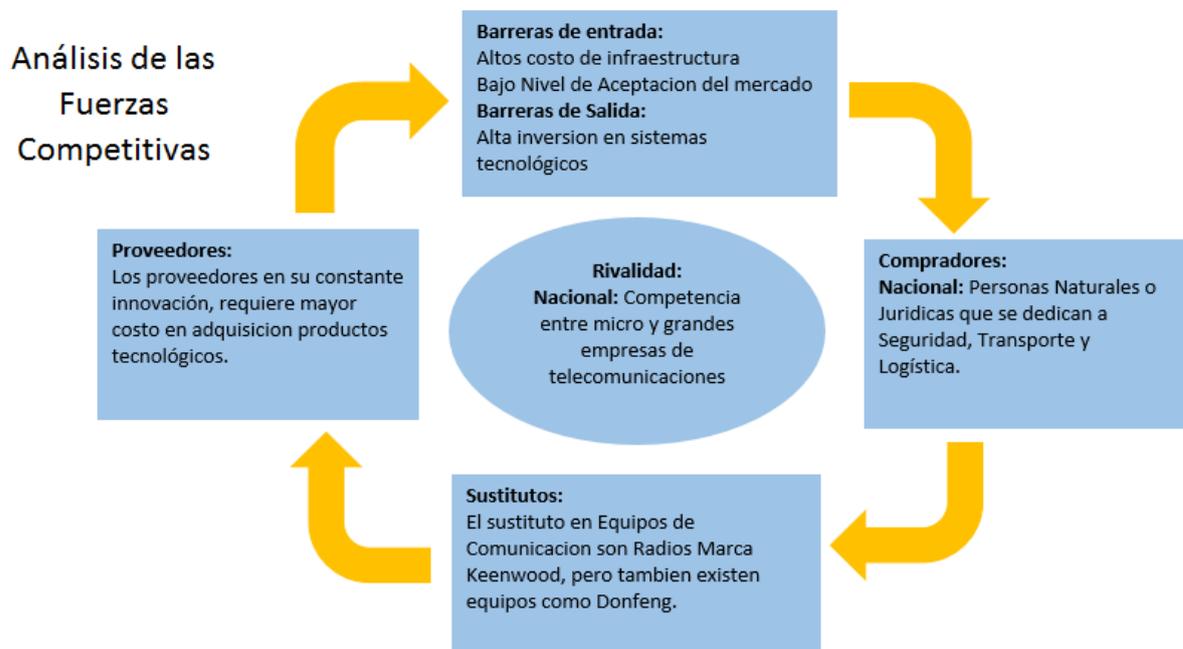
Ser la empresa de mayor crecimiento a través de nuestro servicio y calidad, utilizando técnicas creativas, desarrollando bienes y servicios que satisfagan las demandas de nuestros clientes.

2.6 CINCO Fuerzas de Porter

Las fuerzas de Porter ayudan a comprender de mejor manera la posición en el mercado para así detectar y anticipar las tendencias. Formando un modelo de estudio de la estructura competitiva de una industria en donde se analizan: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza procedente de productos sustitutos, la amenaza que representan los productos entrantes y la rivalidad entre los competidores. (Asana, 2023)

Figura 7.

Fuerzas de Porter de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA



Nota: Elaboración propia

2.7. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de trabajo en el mercado • Reconocimiento de las necesidad y soluciones del entorno • Reconocimiento de alto nivel en el mercado de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos productos que satisfacen a nuevos clientes • Avance tecnológico continuo • Incremento de proveedores tecnológicos • Crecimiento rápido del mercado

<ul style="list-style-type: none"> Recursos o equipos sofisticados y de vanguardia 	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Ausencia de programas de capacitación Instalaciones poco eficientes Gestión de organización y seguimiento empresarial deficiente. Ineficiente organización administrativa y funcional. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajo nivel de aceptación en el mercado Alto nivel de competencia del sector. Altas tasas de interés para acceder a microcréditos para el financiamiento Alto nivel de pobreza y baja demanda de productos.

Nota: *Elaboración propia*

2.8. Análisis FODA

Fortalezas

- Empresa con ubicación en el mercado.
- Conocimiento del público objetivo.
- Buena imagen corporativa.
- Recursos empresariales de alta gama.

Oportunidades

- Nuevos productos.
- Mayor alcance de clientes a nivel nacional.
- Innovación tecnológica.
- Nuevos proveedores de servicios y productos.

Debilidades

- Personal poco capacitado.
- Falta de infraestructura adecuada

- Sistemas de organización y control inadecuada.
- Falta de organización administrativa.

Amenazas

- Mala aceptación del Mercado.
- Alta competencia en el mercado.
- Alto costo de Financiamiento.
- Baja Economía en el país.

Tabla 13

Análisis FODA

	FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
	F1 • Empresa con ubicación en el mercado F2 • Conocimiento del público objetivo F3 • Buena imagen corporativa F4 • Recursos empresariales de alta gama	D1 • Personal poco capacitado D2 • Falta de infraestructura adecuada D3 • Sistemas de organización y control inadecuado D4 • Falta de organización administrativa
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO
O1 • Nuevos productos O2 • Mayor alcance de clientes a nivel nacional O3 • Innovación tecnológica O4 • Nuevos proveedores de servicios y productos	<ul style="list-style-type: none"> • F4 - O2: Crear campañas publicitarias a nivel nacional • F1, F3 - O1, O3: Ofertar productos que ayuden a la sociedad y sean nuevos en el mercado • F2 - O4: Abrir nuevas sucursales en puntos estratégicos con proveedores del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1 - O4: Buscar capacitaciones en nuevos productos de telecomunicaciones. • D4 - O1: Crear productos atendiendo las necesidades del cliente. <ul style="list-style-type: none"> • D2 - O3: Priorizar la innovación tecnológica en la planificación de la infraestructura. • D3 - O2: Actualizar los sistemas y bases de datos de la empresa de manera anual.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
A1 • Mala aceptación del nuevo producto en el Mercado A2 • Alta competencia en el mercado A3 • Alto costo de Financiamiento A4 • Bajos recursos económicos	<ul style="list-style-type: none"> • F1 - A2: Priorizar la participación en el mercado • F4 - A3: Revisar el presupuesto para la adquisición de recursos tecnológicos. • F2 - A1: Procurar la innovación en el producto, desde su elaboración hasta su imagen. • F3 - A4: Crear un cronograma de distribución del producto de acuerdo a la demanda existente. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1 - A4: Capacitar continuamente al personal en el producto y reducir costos innecesarios. • D4 - A2: Aplicar estrategias de marketing en la Empresa. • D2 - A3: Verificar que los equipos e infraestructura de la empresa se encuentren en óptimas condiciones. • D3 - A1: Actualizar los conocimientos de la empresa sobre los clientes y las necesidades que tienen de acuerdo a las Bases de Datos.

Nota: Elaboración propia

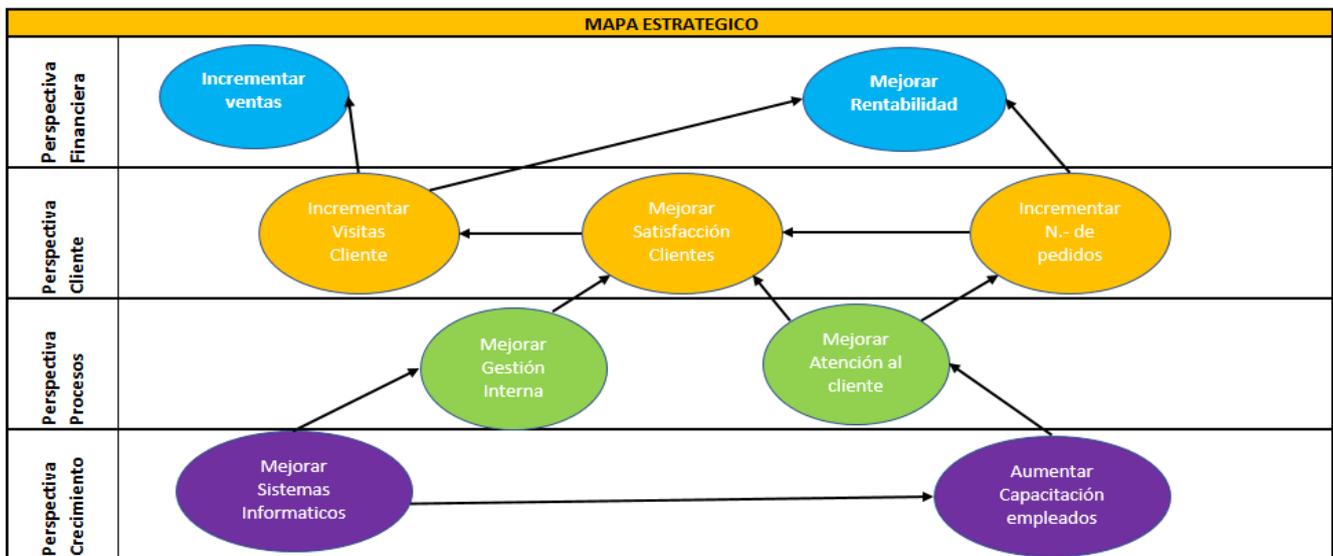
2.9. Formulación de estrategias

2.9.1 Mapa Estratégico

El Mapa Estratégico permite reflejar las relaciones causa-efecto entre los distintos objetivos estratégicos, de forma que podamos identificar claramente su complementariedad, neutralidad y los conflictos que pudieran generar. (CEUPE, 2022)

Figura 8.

Mapa Estratégico de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA



Nota: Elaboración propia

2.9.2. Objetivos Estratégicos

- 1) Mejorar el funcionamiento administrativo de la empresa.
- 2) Ampliar la cartera de productos y servicios para competir en el mercado.
- 3) Actualizar los sistemas de información, gestión y plataformas tecnológicas.
- 4) Mejorar el abasto de conocimiento sobre los productos.

Estrategias:

1. Elaborar un organigrama empresarial de acuerdo a los puestos jerárquicos de la empresa, y las necesidades administrativas.
2. Implementar un nuevo producto mediante el lot (GPS / Geolocalización) para competir en el mercado.

3. Mejorar la gestión de la empresa mediante el uso de herramientas tecnológicas actualizadas que se enfoquen en la Organización.
4. Capacitar de manera continua al personal sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.

En la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A. se requiere definir diferentes estrategias en base a los objetivos planteados, mismos que se han desarrollado mediante las diferentes escaseces que presenta la empresa y se han observado a partir de la observación realizada en la Vista de Campo ayudándose en el Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones.

En este contexto la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A ha planteado diferentes objetivos estratégicos en su Plan que abarca 4 estrategias basadas cada una en las necesidades que presenta la empresa, destacando la necesidad de cada una de las mejoras que se presentan; esto acudiendo a los jefes de cada departamento, evaluando las acciones de cumplimiento y sobre todo verificando si cada una de las estrategias propuestas se ha logrado en torno al objetivo que se relaciona con la misma.

2.10. Implementación de Estrategias

1. Mejorar el funcionamiento administrativo de la empresa.

Tabla 14

Estrategia 1

ÁREA	ESTRATEGIA	ACCIONES	DURACION	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADOR	ECUACION	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	META
ADMINISTRATIVA	Elaborar un organigrama empresarial de acuerdo a los puestos jerárquicos de la empresa y las necesidades administrativas	Identificar los puestos jerárquicos necesarios.	1 mes	Agenda / Esferografico/ PC	Acionistas	# de Reuniones	#de reuniones / # de reuniones mensuales	%	MENSUAL	5,00	Máximo 3 reuniones
		Definir las responsabilidades de cada uno de los miembros del organigrama de acuerdo a su puesto.	1 mes	Agenda / Esferografico/ PC	Acionistas					5,00	
		Asignacion de personal en el organigrama	20 días	Hojas de vida / Esferografico / PC	Acionistas					120,00	

Nota: Elaboración propia

2. Ampliar la cartera de productos y servicios para competir en el mercado.

Tabla 15

Estrategia 2

ÁREA	ESTRATEGIA	ACCIONES	DURACION	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADOR	ECUACION	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	META
T E C N O L O G I A	Implementar un nuevo producto mediante el Iot (GPS / Geolocalización) para competir en el mercado.	Proformar equipos y plataformas de GPS con distribuidores nacionales y e Internacionales.	1 mes	Hojas membretadas / PC / Correo Institucional	Jefe de Operaciones	Margen Comercial	Ventas - Costo de adquisición	\$	ANUAL	120,00	Ventas mínimo \$6.000,00
		Aumentar la capacidad de almacenamiento en el servidor	1 meses	PC / Internet	Jefe de Operaciones				ANUAL	250,00	
		Adquisición de plataforma y equipos GPS	3 meses	PC / Internet / VPS	Jefe de Operaciones				ANUAL	5000,00	

Nota: *Elaboración propia*

3. Actualizar los sistemas de información, gestión y plataformas Tecnológicas.

Tabla 16

Estrategia 3

ÁREA	ESTRATEGIAS	ACCIONES	DURACION	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADOR	ECUACION	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	META
T E C N O L O G I A	Mejorar la gestión de la empresa mediante el uso herramientas tecnológicas actualizadas que se enfoquen en la organización.	Formateo y actualización en equipos de computación de la Empresa	1 mes	PC/ Dispositivos USB	Técnico de Seguridad Electrónica	Tiempo de entrega	Fecha de entrega - fecha de inicio	#	ANUAL	120,00	15 DIAS
		Instalar las nuevas herramientas en cada uno de los Equipos de computación	1 mes	PC / Dispositivos USB	Técnico de Seguridad Electrónica				SEMESTRAL	500,00	
		Configuración de Herramientas en PC y Apps en los móviles de la empresa	1 mes	PC / Equipos móviles	Técnico de Seguridad Electrónica				SEMESTRAL	100,00	

Nota: *Elaboración propia*

4. Mejorar el abasto de conocimiento sobre los productos.

Tabla 17

Estrategia 4

ÁREA	ESTRATEGIAS	ACCIONES	DURACION	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADOR	ECUACION	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	META
A D M I N I S T R A T I V A	Capacitar de manera continua al personal sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.	Elaboracion de un plan de capacitación	15 días	PC / Internet	Jefe Administrativo Comercial	Cumplimiento	# de capacitaciones culminadas / # de capacitaciones planificadas	%	ANUAL	80,00	80% de capacitaciones culminadas
		Capacitar al personal	12 meses	Sala de Reuniones / Infocus / PC / Agenda/ esferografico/ Pizarrón / Marcadores	Jefe Administrativo Comercial / Jefe de Operaciones				ANUAL	400,00	
		Evaluar el nivel de captación del personal	15 días	Sala de Reuniones / Hojas de papel Bond / Esferografico	Jefe Administrativo Comercial / Jefe de Operaciones				ANUAL	120,00	

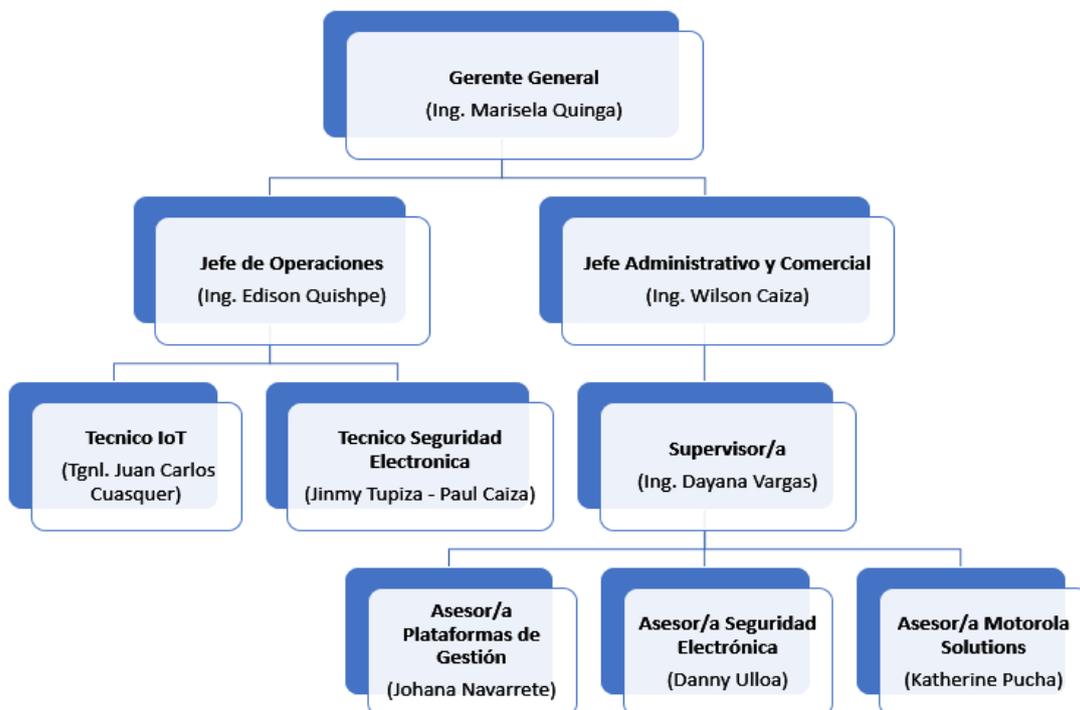
Nota: Elaboración propia

Cada una de las siguientes áreas afines, cuenta con ciertas deficiencias que con el Plan estratégico se busca realizar un proceso más sistematizado para manejar dicha área de forma óptima. En cada uno de los puntos a tratar se especificará el problema, el propósito, la meta, indicadores, y finalmente las estrategias de seguimiento que la empresa debe tomar en cuenta.

Infraestructura. – Se estima utilizar la infraestructura de la Empresa en cuestión con la finalidad de mejorar la cobertura de la misma. A su vez, se planea realizar una reorganización de la empresa creando así una **estructura organizacional funcional** que le permita a los diferentes empleados identificar los puestos o cargos y su jerarquía en la empresa. Demostrando así que la empresa se preocupa por sus clientes, proyectando una imagen dedicada y arreglada hasta en mínimos detalles. Así también se estima utilizar la nueva tecnología de la industria 4.0 para que las estrategias del plan estratégico sean aplicables con la factibilidad necesaria. Para la creación de una estructura organizacional funcional, se propone el siguiente organigrama:

Figura 9.

Organigrama del Plan estratégico para la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.



Nota: Elaboración Propia

Equipamiento. – En cuanto al equipamiento que se planea utilizar, las computadoras y demás equipos que posee la empresa para realizar las funciones competentes como compañía de

telecomunicaciones, verificando que cada uno se encuentre en óptimas condiciones. En cuanto al equipamiento que la empresa requerirá, está debe enfocarse en los puntos de tecnología deficientes en la empresa, también se debe adquirir equipos **de Geolocalización GPS mediante conexiones GSM, GPRS y satelital** para finalizar el plan de la propuesta a un largo plazo en la empresa. Debido a que el área requiere de mejoras, la estrategia a establecer en este ámbito es el ingreso de un producto nuevo hacia el mercado mismo que contará con el uso de la tecnología de geolocalización, así como también se buscará que dichas adquisiciones aporte con la mejora en la competencia dentro del mercado que hasta el momento muestras grandes índices de competitividad y por lo cual un producto nuevo generará una estabilidad dentro del mercado y evitar así encontrarse rezagado.

Sistemas de Información. – Se planea realizar una verificación de la rapidez de los programas y herramientas de Gestión con los que trabaja la empresa, en caso de encontrarse ya obsoletos se actualizará cada uno por los más actuales y que cumplan con las necesidades empresariales. A la par se implementará la aplicación de una **estrategia de mejora en los departamentos para generar coordinación y establecer protocolos de acción** que sirvan para el funcionamiento adecuado de todo el corporativo y no solo de cada área, es por lo cual se hará uso de plataformas corporativas de gestión como **Odoo**, que una vez instauradas podrán generar el seguimiento completo de la empresa, corrigiendo así procesos desde las primeras etapas de Comercialización y productividad.

Formación y Capacitación. – Se generarán de manera oportuna programas de capacitación principalmente de los productos y servicios actuales que se comercializan, como también en el uso correcto de las herramientas de Gestión para sacar la mayor utilidad posible y reducir costos operativos innecesarios. Teniendo así un mayor conocimiento oportuno y transmitirlo hacia los clientes que ya posee la empresa como también a la futura apertura de mercado. El plan estratégico propuesto engloba a todos los departamentos de la empresa por lo cual ha sido enfocado en cierta parte hacia el brindar conocimientos suficientes de todos los deberes y responsabilidades que mantiene el personal con el corporativo para lo cual se implementará un manual de funcionamiento que pondrá en conocimiento la estructura organizacional de la empresa, así también se buscará formar y capacitar a través de programas y procesos de capacitación continua.

Tabla 18

Cronograma de Capacitaciones

Capacitación	Área/ Departamento	Duración	Meses de Ejecución						
			Febrero	Marzo	Abril	Julio	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cartera de Productos y Servicios	Operaciones, Administrativo y Comercial	2 meses							
Uso de Herramientas de Gestión y control	Operaciones y Comercial	2 meses							
Nuevo producto de Geolocalización GPS	Operaciones, Administrativo y Comercial	3 meses							
Cartera de Productos y Servicios	Operaciones, Administrativo	2 meses							
Uso de Herramientas de Gestión y control	Operaciones y Administrativo	2 meses							
Cartera de Productos y Servicios	Comercial	4 meses							

Nota: Elaboración Propia

Además de que se utilizarán técnicas de recolección de información como encuesta, cuestionarios y entrevistas con los diferentes empleados de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A. para buscar las estrategias y fines en los que se va aplicar dicho plan estratégico en busca de un avance progresivo.

2.11. Control de estrategias

Tabla 19

Cuadro de control institucional

ESTRATEGIAS	INDICADOR	ECUACION	META	CRITERIO	DESCRIPCION	SIMBOLO
Elaborar un organigrama empresarial de acuerdo a los puestos jerárquicos de la empresa y las necesidades administrativas.	# de Reuniones	#de reuniones / # de reuniones mensuales	Máximo de 3 reuniones	Acceptable	menos de 2 reuniones	
				Riesgoso	mas de 3 reuniones	
				Critico	mas de 4 reuniones	
Implementar un nuevo producto mediante el lot (GPS / Geolocalización) para competir en el mercado.	Margen Comercial	Ventas - Costo de adquisición	Ventas mínimo \$6.000,00	Acceptable	igual o mayor a 6.000,00	
				Riesgoso	4.000,00 hasta 5.999,00	
				Critico	menor a 4.000,00	
Mejorar la gestión de la empresa mediante el uso herramientas tecnológicas actualizadas que se enfoquen en la organización.	Tiempo de entrega	Fecha de entrega - fecha de inicio	15 DIAS	Acceptable	igual o menor a 15 días	
				Riesgoso	16 hasta 20 días	
				Critico	mayor a 20 días	
Capacitar de manera continua al personal sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.	Cumplimiento	# de capacitaciones culminadas / # de capacitaciones planificadas	80% de capacitaciones culminadas	Acceptable	igual o mayor al 80%	
				Riesgoso	de 50% al 79%	
				Critico	menor al 50%	

Nota: Elaboración propia

Para poder dar un control es importante tener un plan de difusión del plan estratégico a todos los trabajadores de la empresa de las diferentes áreas, además del Cumplimiento de metas se solicitarán planes de acción a las jefaturas de cada departamento con los respectivos informes de seguimiento, también se mantendrán reuniones permanentes con los directivos y accionistas de la empresa analizando a detalle cada una de las estrategias durante su ejecución con el objetivo de realizar alguna corrección a cualquier falla en el proceso y así dar seguimiento al plan estratégico.

2.12. Validación de Propuesta

Usando el método de criterios de especialistas, podemos hablar con un grupo de expertos para confirmar nuestras recomendaciones a la luz de su experiencia, investigación, búsqueda bibliográfica, etc. (Mendoza, 2019).

El proceso siempre comienza con el envío del modelo al experto potencial con una breve descripción de los objetivos de trabajo y los resultados esperados (Hechavarria, 2016). El orden de creación es el siguiente:

- Se contacta a expertos con conocimientos relevantes y se les pide que se unan al panel.
- A los miembros de la comisión se les envían cuestionarios y se les pide que proporcionen comentarios sobre temas pertinentes.
- Después de analizar las respuestas, se anotan las áreas de acuerdo y desacuerdo.
- A los miembros del grupo se les encargó compilar un análisis resumido de todas las respuestas, completar un cuestionario y defender sus desacuerdos.
- Elegir quién es el experto o conocedor del tema que se analiza es una de las cuestiones clave.

Se presenta la siguiente tabla con la información detallada con el perfil de los expertos:

Tabla 20

Descripción del Perfil de Validadores

N.-	Nombres y Apellidos	Años de Experiencia	Cargo	Titulación Académica
1	María José Bustamante del Hierro	6 años	Gerente de ventas	MBA
2	Daniel Alejandro Izurieta	5 años	Jefe Nacional de Ventas	MBA
3	Erika Leticia Vargas Toro	13 años	Gerente de Producto	MBA

Nota: Elaboración propia

2.12.1. Cuestionario aplicado al Especialista Introdutor

Se están realizando investigaciones relacionadas con las telecomunicaciones. Necesitamos su opinión sobre el plan estratégico de la empresa de telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.

presentando la siguiente escala de valores, la cual está conformada por afirmaciones positivas y escalas tipo Likert.

- Evaluación de la metodología sugerida para la elaboración del plan estratégico de la empresa de comunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA en cuanto a su estructura, funcionalidad y aplicación práctica.

Tabla 21.

Cuestionario para la Valoración

V1: Estructura de la metodología	5	4	3	2	1
1. Especifican de manera ordenada como se realiza el plan de mejoras a la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A					
2. Demuestra estrategias factibles de cumplir para cada una de las áreas de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.					
3. La relación entre cada una de las estrategias de mejora toma en cuenta el diagnóstico y la efectividad a través de cada una de las áreas de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.					
V2: Funcionalidad de la metodología	5	4	3	2	1
1. Implica la participación de todo el personal en las diferentes estrategias con misiones concretas que se corresponden con el área donde trabajan.					
2. Las estrategias de mejora reflejan un nivel de competitividad óptimo para la Empresa.					
3. Cada una de las fases del plan de mejoras se puede implementar a lo largo del tiempo en la EMPRESA NETWORK SERVICES NETSER S.A.					

V3: Implicaciones prácticas de la metodológica	5	4	3	2	1
1. Explica cada una de las estrategias de mejora de manera específica.					
2. Implica un nivel de organización y orientación entendible para el Gerente General o el Encargado del Plan de Mejoras de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.					
3. El nivel de evaluación de las estrategias planteadas es medible de manera cualitativa					

Nota: Calificar donde 5 es Muy Adecuado (MA), 4 es Bastante Adecuado(BA),3 es Adecuado (A), 2 es Poco Adecuado (PA), 1 es No Adecuado (NA).

La frecuencia y el porcentaje son dos herramientas estadístico-matemáticas que se pueden utilizar en el procesamiento estadístico de la variable porque tienen una estructura que refleja la metodología y los indicadores que las vinculan.

El análisis del uso de estos recursos estadísticos revela, en línea con las valoraciones de los expertos, un estándar general favorable de adecuación con la propuesta del investigador, pero no de forma específica para cada usuario por indicador.

Tabla 22

Matriz resumen Validación de Expertos.

CRITERIOS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL	PORCENTAJE
Impacto	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	5	5	5	15	100%
conceptualización	5	5	5	15	100%
Actualidad	5	5	5	15	100%
Calidad técnica	5	5	5	15	100%
Factibilidad	5	5	5	15	100%

Pertinencia	5	5	5	15	100%
TOTAL	35	35	35	105	100%

Nota: Elaboración Propia

En la tabla, se puede visualizar la calificación de cada experto dada a cada uno de los puntos evaluados, se estableció un rango con cinco puntos que son: En total Desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo Ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo, en donde se califica del uno al cinco siendo este el de mayor valor y uno el de menor valor.

2.12.2. Resultados de la Validación

Una vez realizado el proceso de validación es importante mencionar que cada uno de los expertos ha señalado que la presente propuesta es de carácter válido por lo cual la han encontrado viable y sobre todo factible dentro del proceso, para lo cual se identifica principalmente que la propuesta explicada anteriormente mantiene una base sólida y que sobre todo se caracteriza por ser:

- De impacto
- Aplicable
- Mantener un buen contenido conceptual
- De actualidad
- Con gran calidad técnica

Adicionalmente a los puntos señalados se recalca por parte de los profesionales que evaluaron el proceso que la propuesta posee dos puntos primordiales que son factibilidad y pertinencia, por lo cual, la primera señala que esta se ha presentado de una forma que es posible aplicar en el sector empresarial, en este caso de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A. Así también se identifica que la propuesta es de tipo pertinente para lo cual se identifica que esta se ha presentado en un momento en que la empresa requiere de los cambios dispuestos anteriormente y para lo cual son imprescindibles realizar los procesos señalados en páginas anteriores.

2.13. Matriz de Artículo de la Propuesta

Tabla 23.

Matriz de Artículo de la Propuesta

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEORICO	SUSTENTO METODOLOGICO	ESTRATEGIAS / TECNICAS	DESCRIPCION DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
CAPITULO I	Modelo de la empresa de Telecomunicaciones Antecedentes.	Diseño de Investigación con un enfoque mixto. Realizado por una encuesta y visita a la empresa obteniendo apuntes de las novedades mediante la observación. Alcance descriptivo.	Cuestionario realizado a 10 trabajadores, permitiendo visualizar los aportes respectivo. Considerando la limitada población de estudio, no se aplica cálculo de muestra.	Un 90% de los trabajadores nos menciona que la empresa no tiene una estructura organizacional definida, haciendo mención que entre el 80% de los encuestados indican que se debe implementar nuevas estrategias para mejorar la relación comercial, también un 70% de los empleados mencionan que si se puede aplicar un plan estratégico en la empresa, el 70% menciona que es necesario que las capacitaciones al personal debe estar dentro del plan Estratégico.	Se aplicó un cuestionario de 10 preguntas cerradas a los diferentes trabajadores.
CAPITULO II	Hoja de ruta que define la estrategia del plan estratégico de la empresa.	Definir los objetivos y acciones a corto, mediano y largo plazo, centrados en los ejes principales.	Mejora la estructura organizacional de la empresa y su ventaja competitiva. Aumentar la productividad y reducir costos, ayudando a trabajar de manera eficiente. Capacitar de manera continua la personal.	Muestra según la valoración de los especialistas un criterio general favorable de acuerdo con la propuesta del investigador.	Se utilizó el método de criterios de especialistas que nos permite consultar a un panel de expertos para validar nuestras recomendaciones en base a su conocimiento, investigación, experiencia, búsqueda bibliográfica, etc.

Nota: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

En conclusión, se puede mencionar que las empresas de telecomunicaciones se involucran con la sociedad a través de programas de mejora de la sustentabilidad empresarial, cumplen con sus obligaciones con el gobierno en materia de regulaciones y contribuciones, aseguran negocios a largo plazo, crean empleos y cadenas productivas, crean valor y contagian prosperidad a la sociedad.

Las organizaciones deben asegurar su desarrollo económico para poder sobrevivir en el mercado, pero no deben ignorar su impacto en la sociedad. La estabilidad económica es tan importante como la sostenibilidad ambiental y social, ya que el crecimiento de una empresa puede impactar positivamente o de forma negativa de la sociedad en su conjunto.

Por otro lado, el trabajo de investigación se utilizó técnicas basadas en el tema como la observación, directamente a través de la misma investigación con los empleados de la empresa de telecomunicaciones.

Se desarrollaron grandes estrategias para el negocio utilizando el análisis FODA de la organización, teniendo en cuenta su visión y misión. Luego, estas estrategias se ponen en práctica con la ayuda de un plan de acción que describe las tareas a completar, la persona responsable de ellas, la fecha límite y los recursos necesarios.

Para validar la propuesta se empleó el método de criterios de especialistas, que cumple un propósito similar al de un experto, pero difiere en las especificaciones para la selección de los involucrados.

Con el fin de presentar alternativas a los Servicios de red de Telecomunicaciones NETSER SA, presentamos una propuesta con lineamientos metodológicos que cuentan con un proceso estadístico y análisis descriptivo de los datos para el valor de la factibilidad de un resultado derivado de la investigación.

La propuesta se presenta de manera factible y pertinente para lo cual es imperante dar acción a la misma ya que de esta manera se generará un proceso de mejora global para la compañía de telecomunicaciones y sobre todo esta es de carácter urgente para generar el proceso de crecimiento y estabilidad.

RECOMENDACIONES

Aplicar las estrategias del plan estratégico de manera adecuada, en cada una de las áreas de la Empresa de Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER S.A.

Verificar que los sistemas y plataformas adquiridos por la empresa en relación con la Geolocalización y herramientas de autogestión se encuentren en condiciones óptimas y actualizados para los diferentes servidores.

Utilizar la asistencia del personal de NETWORK SERVICES NETSER SA, una empresa de telecomunicaciones, para implementar el plan estratégico.

Buscar solventar cada una de las fallas existentes en la empresa con el plan estratégico, mismo que sea factible usarlo a largo plazo.

Aplicar los procesos expuestos en la propuesta para así proporcionar a la empresa una estabilidad en el mercado como también generar un buen manejo a nivel organizacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. (2017, Marzo 22). *PLAN DE MEJORAS*. UANTOF. Consultado el 30 de agosto de 2022 desde http://uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf
- Arias, F. G. (2018). *El proyecto de investigación*. Quito: Episteme.
- Asipuela Chicaiza, S. y Espinosa Jiménez, Y. (2019). Elaboración de un plan estratégico para la empresa Avícola Vitaloa S.A. Avitala ubicada en la ciudad de Quito parroquia Tumbaco. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Finanzas. Carrera de Finanzas. Quito: UCE. 148 p.
- Barria, J. H. (2022). Los ciclos de vida de una empresa. *Qualtrics XM*.
- Canessa, G. y. (2017). a Responsabilidad Social. Lima.
- Castrillón, M. A. (2018). Revisión Sobre la Sostenibilidad Empresarial. *Real*, 4.
- Chulli Caguana, Marcia Lorena y Sandoval Collaguazo, Tania Fernanda (2018). Elaboración de un plan estratégico para construcciones hidráulicas Pilicita en el cantón Mejía. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Finanzas. Carrera de Finanzas. Quito: UCE. 109 p.
- Deming, W. E. (2018). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Díaz Santos.
- Envira. (1 de abril de 2020). *Envira.es*. Obtenido de <https://envira.es/es/plan-de-sostenibilidad/#:~:text=plan%20de%20sostenibilidad%3F-,El%20Plan%20de%20Sostenibilidad%20es%20la%20hoja%20de%20ruta%20que,social%2C%20econ%C3%B3mico%20y%20ambiental>).
- Equipo Editorial Etecé. (14 de Julio de 2022). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/telecomunicaciones/>
- Escamilla, M. D. (24 de julio de 2021). *Aplicación básica de los métodos*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia
- Euroinnova. (2020). *Euroinnova*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-las-telecomunicaciones#iquestqueacute-son-las-telecomunicaciones>
- Evaluando Softwares. (2022, 10 de marzo). *Qué es la geolocalización y cómo funciona*.

- Evaluando Software. Consultado el 31 de agosto de 2022 en <https://www.evaluandosoftware.com/la-geolocalizacion-funciona/>
- Garcés. (2018). La nueva sostenibilidad social. Barcelona: CONFIEP.
- Garzón, M. e. (2018). Revisión Sobre la Sostenibilidad. Estudios Avanzados de Liderazgo.
- Grupo Bantú. (2020, Julio 13). *9 Beneficios de la mejora de procesos para las empresas*. Grupo Bantú. Consultado el 30 de agosto de 2022 desde <https://www.bantugroup.com/blog/beneficios-de-la-mejora-de-procesos-para-las-empresas>
- Harrington, J. (2019). Cómo Incrementar la Calidad Productiva. Caracas: Mc Graw Hill.
- Hechavarría, P. (2016, 3 de febrero). *El método criterio de usuario y su empleo en la investigación de la Cultura Física*. EFDeportes. Consultado el 1 de septiembre de 2022 en <https://efdeportes.com/efd215/el-metodo-criterio-de-usuario-en-investigacion.htm>
- Hurtado, J. (2019). *Tipo de investigación*. Bogotá: Santillana.
- Kotler, P. (2018). *Fundamentos de Marketing*. México: Saló Prentice.
- Marqués. (2017). Sostenibilidad, comunicación y valor compartido. Madrid.
- Mendoza, S. H. (2019). *CRITERIO DE EXPERTOS. SU PROCESAMIENTO A TRAVÉS DEL MÉTODO DELPHY*. Universidad de Barcelona. Consultado el 30 de agosto de 2022 en http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy&catid=11:metodologia-y-epistemologia&Itemid=103
- Monge. (2019). la sostenibilidad empresarial . Medellín.
- Peña, L. (2019). La revisión bibliográfica. UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Pérez, J. (2020). *Sites.google.com*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/telecomunicacioneslily/caracteristicas-de-las-telecomunicaciones>
- Petit, G. (2022). Modelado y simulación de sostenibilidad. Madrid: Cataluña.

telecomunicaciones, A. d. (2021). Boletín Estadístico. 14.

Reina López, M. (2022). Evaluación y propuesta de mejora al plan estratégico 2018-2021 de la Empresa Eléctrica Riobamba. [Trabajo de investigación previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas mención Dirección Estratégica de Proyectos]. UCE.

TecnoMagazine. (2020). *¿Qué son las Telecomunicaciones? Características y*

Ejemplos. Consultado el 30 de agosto de 2022 en <https://tecomagazine.net/telecomunicaciones/>

TUV. (2020). *Tuvud.com.* Obtenido de <https://www.tuvsud.com/es-es/servicios/sostenibilidad/soluciones-sostenibilidad-buen-gobierno/plan-sostenibilidad#:~:text=Aumenta%20la%20productividad%20y%20reduce,conservaci%C3%B3n%20de%20agua%20y%20energ%C3%ADa.>

Zarta. (2019). La sustentabilidad o sostenibilidad. Dui.

a) SI

b) NO

10.- ¿La empresa cuenta con planes operativos departamentales alineados a la planificación estratégica institucional?

a) SI

b) NO

ANEXO 2.

MATRIZ DE VALIDACIÓN PRESENTADA PARA JUICIO DE EXPERTOS #1

ANEXO

MATRIZ DE VALIDACION MBA, Maria José Bustamante del Hierro

Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.

Criterios	EN EL PLAN DE TELECOMUNICACIONES Y SERVICIOS NETSER				
	En Total Acuerdo	En Desacuerdo	NI de Acuerdo NI en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Comprehensibilidad					X
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Facibilidad					X
Pertinencia					X

Escala de Calificación

Totalmente de acuerdo (TA)

De acuerdo (DA)

NI de acuerdo ni en desacuerdo (NAND)

Totalmente en desacuerdo (TD)

TA	DA	NAND	ED	TD
5	4	3	2	1

Resultado:

PUNTAJE TOTAL: 35/ 35 PUNTOS

TOTALMENTE DE ACUERDO

Fecha: 25/08/2022

Nombre: MBA, Maria José Bustamante del Hierro

Cedula: 171565047

Firma: 

ANEXO 3.

MATRIZ DE VALIDACIÓN PRESENTADA PARA JUICIO DE EXPERTOS #2

ANEXO
MATRIZ DE VALIDACION MBA. Daniel Alejandro Izurieta Salvador
Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.

CRITERIOS	EVALUACIÓN SEGÚN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Conceptualización					X
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Factibilidad					X
Pertinencia					X

Escala de Calificación

Totalmente de acuerdo (TA)

De acuerdo (DA)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NAND)

Totalmente en desacuerdo (TD)

TA	DA	NAND	ED	TD
5	4	3	2	1

Resultado

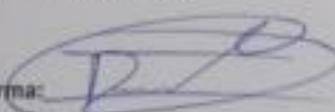
PUNTAJE TOTAL: 35/ 35 PUNTOS

TOTALMENTE DE ACUERDO

Fecha: 25/08/2022

Nombre: MBA. Daniel Alejandro Izurieta Salvador

Cedula: 1716722994

Firma: 

ANEXO 4.

Matriz de validación presentada para Juicio de Expertos #3.

ANEXO
MATRIZ DE VALIDACION MBA. Erika Leticia Vargas Toro
Plan estratégico para la empresa Telecomunicaciones NETWORK SERVICES NETSER SA.

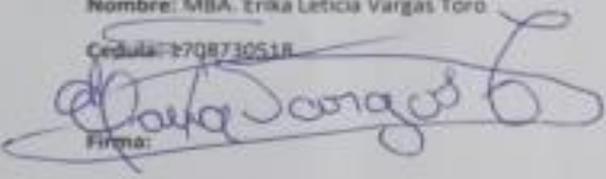
CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Importancia					X
Aplicabilidad					X
Correspondencia					X
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Facibilidad					X
Pertinencia					X

Escala de Calificación
Totalmente de acuerdo (TA)
De acuerdo (DA)
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NAND)
Totalmente en desacuerdo (TD)

TA	DA	NAND	ED	TD
5	4	3	2	1

Resultado
PUNTAJE TOTAL: 35/ 35 PUNTOS
TOTALMENTE DE ACUERDO

Fecha: 25/08/2022
Nombre: MBA. Erika Leticia Vargas Toro
Cedula: 1708730518


Firma:

ANEXO 5.

PORCENTAJE DE PLAGIO DE LA APLICACIÓN TURNITIN.

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Proyecto completo. (Versión 1) - Sección 1	8 feb 2023 - 00:00	15 mar 2023 - 23:55	15 mar 2023 - 23:55
 Actualizar entregas			
 Título de la Entrega	 Identificador del trabajo de Turnitin	 Entregado	 Similitud
 Ver recibo digital	<u>CAIZA SANTIAGO</u> <u>REVIION</u>	2037449630	14/03/2023 21:12
		5%	  --