

# **ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN**

**MAESTRÍA EN**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**“Propuesta de mejora del marketing de la empresa Office Systems ubicada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua - Ecuador para el año 2022”**

**Trabajo de Investigación**

**Para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

**Maestro en**

**Administración de Negocios**

**Autor:**

**Ing. Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez**

**Docente Guía:**

**MBA Ernesto Alessandro Leo Rossi**

**TACNA – PERÚ**

**2023**

"El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)"

## Índice

<b>Capítulo I: Antecedentes del Estudio.....</b>	<b>14</b>
1. Planteamiento del problema .....	14
2. Objetivos de la Investigación .....	16
2.1 Objetivo general.....	16
2.2 Objetivos específicos .....	16
3. Metodología.....	17
4. Justificación.....	17
4.1 <i>Justificación teórica</i> .....	17
4.2 <i>Justificación metodológica</i> .....	18
4.3 <i>Justificación práctica</i> .....	19
5. Principales definiciones .....	19
Marketing: .....	19
Plan de marketing: .....	20
Propuesta de mejora:.....	20
Estrategias de marketing: .....	21
6. Alcances y limitaciones .....	22
<b>Capítulo II: Marco Teórico.....</b>	<b>23</b>
2.1 Bases teóricas de las variables .....	23
Marketing .....	23
Plan de Marketing .....	25
Producto .....	26

Plaza.....	27
Promoción.....	27
Precio .....	28
Ventas .....	29
Marketing digital.....	30
2.2 Análisis comparativo de las bases teóricas .....	31
2.3 Análisis crítico de las bases teóricas .....	32
<b>Capítulo III: Marco Referencial .....</b>	<b>33</b>
3.1 Reseña histórica.....	33
3.2 Filosofía organizacional.....	36
3.2.1 Misión .....	36
3.2.2 Visión .....	36
3.2.3 Valores.....	37
3.2.4 Políticas de Calidad .....	37
3.3 Diseño organizacional .....	38
3.4 Productos y/o servicios.....	40
Mobiliario oficina: .....	40
Sistemas oficina:.....	40
Sillonera:.....	40
Mobiliario médico: .....	41
3.5 Diagnóstico organizacional.....	41

<b>Capítulo IV: Propuesta de mejora .....</b>	<b>43</b>
4.1 Diagnóstico del proyecto .....	43
4.1.1 Presupuesto .....	43
4.1.2 Antecedentes y panorama general.....	44
4.1.3 Entrevista al jefe del departamento de Marketing.....	45
4.1.4 Análisis de la Encuesta al personal de Office Systems .....	48
4.1.5 Objetivo General .....	71
4.1.6 Objetivos específicos y alcance .....	71
4.1.7 Metodología actual del proyecto.....	73
4.1.8 Fases .....	74
4.1.9 Fase Preactiva .....	74
4.2 Diseño de la mejora .....	76
4.2.1 Fase activa.....	81
4.3 Mecanismos de control.....	82
4.3.1 Fase postactiva .....	82
<b>Capítulo V: Sugerencias .....</b>	<b>83</b>
5.1 Conclusiones.....	83
5.2 Recomendaciones.....	85
<b>Bibliografía.....</b>	<b>86</b>
5.4 Anexos .....	91

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Distribución del personal en los departamentos Office Systems</i>	133
<b>Tabla 2</b> <i>Incremento de personal y de nuevos departamentos en office Systems</i>	
/.....	34
<b>Tabla 3</b> Análisis de la entrevista realizada al jefe departamental de marketing de Office Systems.....	45
<b>Tabla 4</b> Respuesta de la pregunta 1, ¿Considera que nuestro producto está orientado en su mayoría para empresas que para público en general? .....	48
<b>Tabla 5</b> Respuesta de la pregunta 2 ¿Consideras que la calidad es lo que realmente le importa al cliente cuando están comprando lo que vendemos? ...	49
<b>Tabla 6</b> Respuesta de la pregunta 3 ¿Qué tan satisfecho están los clientes con nuestro producto o servicio? .....	50
<b>Tabla 7</b> Respuesta de la pregunta 4 ¿Consideras que la distribución de nuestro producto es óptima y accesible? .....	52
<b>Tabla 8</b> Respuesta de la pregunta 5 ¿Qué tan probable es que recomiendes nuestro producto? .....	53
<b>Tabla 9</b> Respuesta de la pregunta 7 ¿Consideras que el servicio y la calidad es lo que motivan a los clientes a que adquieran nuestro producto o servicio? ..	54
<b>Tabla 10</b> Respuesta de la pregunta 8, ¿Consideras que nuestro producto o servicio ofrecen mejores alternativas que la competencia?.....	56
<b>Tabla 11</b> Respuesta a la pregunta 9, ¿Consideras que nuestro producto o servicio atiende a las necesidades del mercado? .....	57
<b>Tabla 12</b> Respuesta a la pregunta 10, ¿Consideras que puede existir una mejor opción parecida a este producto en la competencia?.....	58

<b>Tabla 13</b> Respuesta a la pregunta 11, ¿Consideras que es recomendable cambiar la ubicación de nuestra tienda? .....	60
<b>Tabla 14</b> Respuesta de la pregunta 12, ¿Consideras que hay un buen trato de parte de nuestro personal a los clientes de la marca? .....	61
<b>Tabla 15</b> Respuesta pregunta 13, ¿Consideras que la competencia ofrece mejores características o alternativas y nosotros no? .....	62
<b>Tabla 16</b> Respuesta a la pregunta 14, ¿Consideras que el marketing digital trae resultados rápidos? .....	65
<b>Tabla 17</b> Respuesta a la pregunta 15, ¿Consideras que los medios de comunicación utilizados por nuestra marca son los adecuados? .....	66
<b>Tabla 18</b> Respuesta a la pregunta 16, ¿Considera que nuestra plataforma online satisface las necesidades de nuestros clientes? .....	68
<b>Tabla 19</b> Respuesta a la pregunta 17, ¿Considera que las redes sociales impactan positivamente en el crecimiento empresarial? .....	70

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Planta Central de OfficeSystem .....	36
<b>Figura 2</b> Organigrama empresarial .....	39
<b>Figura 3</b> Análisis FODA .....	42
<b>Figura 4</b> Encuesta dirigida al personal de Office System .....	48
<i>Figura 5</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	50
<i>Figura 6</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	52
<b>Figura 7</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	53
<b>Figura 8</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	54
<b>Figura 9</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	55
<b>Figura 10</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	56
<b>Figura 11</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	57
<b>Figura 12</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	59
<b>Figura 13</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	61
<i>Figura 14</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	62
<i>Figura 15</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	63
<i>Figura 16</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	65
<b>Figura 17</b> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	67
<i>Figura 18</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	69
<i>Figura 19</i> Encuesta dirigida al personal de Office Systems .....	70

## Resumen

Office Systems es una empresa ubicada en la ciudad de Ambato – Ecuador, misma que se dedica a la fabricación y comercialización de muebles de oficina y mobiliario médico. Fue fundada en el año 2002 y durante los últimos tres años no mostrado mayor rentabilidad en su crecimiento económico. Los factores que han incidido en esta problemática son varios, entre los cuales destacan la disminución en ventas durante épocas de pandemia, la recesión económica que atraviesa el país, la competencia desleal, ya que nuevas empresas con similares productos han mejorado sus estrategias de venta utilizando herramientas tecnológicas para la publicidad, además del hecho de que actualmente Office Systems no ha innovado directamente en estrategias de marketing digital, todos estos factores han ocasionado que la empresa se limite a mantener un mismo nivel de ventas.

Se ha observado que la publicidad es una herramienta importante para las empresas, ya que ayuda a posicionar marcas y productos, enviando mensajes persuasivos, para captar clientes y aumentar las ventas. Además, informa al público sobre la existencia de un nuevo producto o servicio. La publicidad influye en el comportamiento del consumidor, alterando lo que piensa y siente. Actualmente el marketing crea necesidades en los clientes para luego ofrecer un producto que satisfaga esa necesidad. Por estas y otras razones, es importante que Office Systems cree un plan de marketing a través de publicidad digital para conocer mejor las necesidades de sus clientes y saber qué están buscando.

Una estrategia que se implementará en este plan es la creación de la página web de la empresa, en donde se pueda brindar una mejor atención al cliente,

respondiendo a sus necesidades de manera oportuna mediante la revisión diaria de la página para que de esa manera la atención sea personalizada.

Es importante innovar siempre en estrategias de marketing para lo cual es clave la planificación, ya que la innovación está relacionada directamente con la tecnología que juega un papel importante para el crecimiento organizacional.

## **Abstract**

Office Systems is a company located in the city of Ambato - Ecuador, which is dedicated to the manufacture and sale of office furniture and medical furniture. It was founded in 2002 and during the last three years it has not shown greater profitability in its economic growth.

The factors that have affected this problem are several, among which are the decrease in sales during times of pandemic, the economic recession that the country is going through, unfair competition, since new companies with similar products have improved their sales strategies using technological tools for advertising, in addition to the fact that Office Systems has not currently innovated directly in digital marketing strategies, all these factors have caused the company to limit itself to maintaining the same level of sales.

It has been observed that advertising is an important tool for companies, since it helps to position brands and products, sending persuasive messages, to attract customers and increase sales. In addition, it informs the public about the existence of a new product or service. Advertising influences consumer behavior, altering what they think and feel. Marketing currently creates customer needs and then offers a product that satisfies that need. For these and other reasons, it is important that Office Systems create a marketing plan through digital advertising to better understand the needs of its customers and know what they are looking for.

A strategy that will be implemented in this plan is the creation of the company's web page, where better customer service can be provided, responding to their needs in a timely manner through daily review of the page so that the attention is personalized.

It is important to always innovate in marketing strategies, for which planning is key, since innovation is directly related to technology that plays an important role for organizational growth.

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación aborda un plan de mejora del marketing digital para la empresa Office Systems, situada en la ciudad de Ambato -Ecuador. Ya que es una empresa que no está obteniendo los resultados esperados en cuanto a su rentabilidad por lo que tiene la necesidad de innovar sus estrategias de ventas para llegar a nuevos mercados y posesionar así su marca.

La innovación y el marketing digital son dos conceptos que están estrechamente relacionados en la actualidad. La innovación se refiere a la creación de nuevos productos, servicios o procesos que generan valor para los consumidores y las empresas. Por su parte, el marketing digital se enfoca en la promoción y venta de productos y servicios a través de canales digitales como las redes sociales, los motores de búsqueda, el correo electrónico y otros mecanismos que utilizará Office Systems para promover su ubicación en el mercado actual.

La combinación de innovación y marketing digital permite a las empresas llegar a nuevos mercados, mejorar la experiencia del cliente, aumentar la eficiencia operativa y crear nuevas oportunidades de negocio. Las empresas que adoptan un enfoque innovador en su estrategia de marketing digital pueden diferenciarse de la competencia y mantenerse relevantes en un mercado cada vez más competitivo.

Por consiguiente, esta empresa implementará un plan de mejora, utilizando la innovación y el marketing digital como herramientas claves para alcanzar el éxito. Se ha observado que aquellas empresas que logran combinar ambas herramientas pueden obtener grandes beneficios y mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante evolución.

## **Capítulo I: Antecedentes del Estudio**

### **Título del tema**

“Propuesta de mejora del marketing de la empresa Office Systems ubicada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua – Ecuador para el año 2022”

### **1. Planteamiento del problema**

Office Systems es una empresa que se ha mantenido económicamente estable por más de veinte años. Se ha realizado un estudio de caso, en vista de que la empresa no está alcanzando la rentabilidad esperada a lo largo de los tres últimos años. Se ha podido detectar que la empresa se ha visto afectada por la fuerte competencia que tiene actualmente y adicional a esto se observó que las estrategias de marketing no están ajustadas a las nuevas formas de mercado que rigen en la actualidad.

La falta de marketing e innovación empresarial tiene una influencia negativa en la empresa. por lo que la innovación es importante para que una organización se diferencie de sus competidores y ofrezca productos o servicios nuevos que se ajusten mejor a las necesidades de los clientes. Por otra parte, la falta de empleo de las herramientas tecnológicas sobre marketing puede ser la causa de que las empresas no entiendan las necesidades de sus consumidores.

Por lo que es necesario elaborar un plan de marketing, que resuma las diversas estrategias que incluyen objetivos, indicadores, análisis, entre otros aspectos que permiten orientar a la organización o empresa. En esta secuencia de pensamientos se intentará ilustrar los beneficios competitivos que se pueden lograr al optimizar el área de marketing de la empresa Office Systems. Por lo cual es necesario que la empresa Office Systems implemente técnicas innovadoras de venta, como

establecerse en una nueva industria, potencializar el marketing digital, implementar una página web, preparar descuentos para sus clientes, aumentar su número de proveedores, crear diferencias en sus productos y servicios, entre otros, los cuales ayudarán a la empresa a ser reconocidos y sobre todo a posicionarse en el mercado.

Es menester destacar que, cuando no se tiene un plan adecuado de mercadeo las organizaciones corren el riesgo de desmejorar el servicio al cliente, no se mantiene un orden en la resolución de tareas o conflictos; haciendo difícil la estipulación del tiempo necesario que requieren dichos proyectos y tareas. En tal sentido, se espera contribuir con la optimización del área de marketing de la Empresa "Office Systems" al realizar una propuesta que permita visibilizar el negocio, potenciar las ventas, medir las acciones requeridas y tomar los canales requeridos para la organización seleccionada en este estudio. Por consiguiente, resulta objetivo y necesario contar principalmente con un plan de marketing que oriente al logro de los procesos aplicables a la empresa y servicios.

Para dicho efecto es necesario responder la siguiente pregunta: ¿Cómo se puede mejorar el plan de marketing de la Empresa Office Systems?, esta es una la interrogante enfocada en la perspectiva principal del estudio y del problema propuesto. Además, es necesario responder a las interrogantes, que se desprenden de ella:

¿Cuál es la actual situación de la empresa Office Systems y su ubicación en determinación del mercado?, ¿Cuáles son las estrategias de marketing que podrían estar dirigidas al segmento del mercado objetivo?, ¿Qué plan de acción podría servir como métrica, para delimitar y alcanzar las estrategias de marketing?, ¿Qué costo y beneficio traerán las estrategias de mejora propuestas para el área de marketing de la empresa? En base a lo antes mencionado se pretende mejorar el área de marketing

de la empresa Office Systems y responder todas las interrogantes que se han realizado en este trabajo de investigación, para desarrollar mejoras en el plan de marketing, formulando objetivos adecuados, estrategias, control y seguimiento para la Empresa.

## **2. Objetivos de la Investigación**

### **2.1 Objetivo general**

- Elaborar una propuesta para mejorar el plan de marketing a través de publicidad digital de la empresa Office Systems para el año 2022.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Analizar la situación actual de la empresa Office Systems y reconocer la ubicación de esta, dentro del mercado competitivo.
- Asignar presupuestos trimestrales para la mejora y potencialización del marketing empresarial.
- Proyectar estrategias nuevas de marketing para el desarrollo favorable de la empresa.
- Realizar un plan de acción, donde se puedan alcanzar todas las estrategias de marketing favorables que se puedan regir a esta empresa, mejorando así su especialización en esta área.
- Establecer métodos de control de las actividades que componen el plan de mejora para verificar el cumplimiento de las metas planteadas.

### **3. Metodología**

Este estudio proporciona un enfoque de gran utilidad para diferentes tipos de investigaciones que tengan similitud con el plan de marketing de la empresa Office Systems. En comparación con otros negocios en la ciudad de Ambato, esta empresa ofrece una amplia gama de artículos. Así mismo el instrumento a utilizar serán encuestas contrastadas a juicios de trabajadores internos de la empresa, y se realizarán entrevistas a clientes fijos de la empresa, con el coeficiente Alfa de Cronbach confirmando su grado de confiabilidad.

La presente investigación es descriptiva con el propósito de recopilar información verdadera que pueda contribuir para alcanzar los objetivos planteados. Así mismo este se fundamenta en la metodología para utilizar fuentes primarias y secundarias que soporte la información expuesta en el proyecto de investigación, siendo la observación directa un medio que respalde datos estadísticos que muestren la realidad en la que se desenvuelve el área de Marketing de la empresa Office Systems de la ciudad de Ambato.

En consecuencia, la presente investigación se realizará con el objetivo de dar a conocer la problemática que se presenta en el área de Marketing de la empresa Office Systems con el fin de evidenciar y revertir la situación actual del área a través de una propuesta de mejora que fortalezca la situación actual del departamento.

### **4. Justificación**

#### **4.1 *Justificación teórica***

En la actualidad las empresas que han alcanzado el éxito han sido a través de diferentes tipos de estrategias orientadas hacia el marketing empresarial, ya que ello representa el timón de la organización lo cual va a generar ganancias económicas

además de buscar atender las necesidades que tienen los clientes. En este sentido el marketing se encarga de buscar las necesidades que tienen esos individuos para ofrecer un bien o un servicio que cumpla con sus expectativas y brinden una satisfacción, que para la empresa representa una rentabilidad.

Hace tiempo atrás las empresas hacían uso del marketing de forma tradicional lo cual consistía encargarse netamente de la producción de bienes o servicios para la venta sin tomar en cuenta, el hecho de centrar su atención en las necesidades de los clientes. Hoy las empresas tienen otro enfoque lo cual apunta hacia el marketing digital y al vender la necesidad del producto, para lo que se debe realizar estudios de mercado que muestren la realidad que tienen los consumidores con el fin de lograr satisfacerlas de la mejor manera posible, haciendo que sienta cierto grado de complacencia al obtener el producto.

Con lo mencionado anteriormente la empresa Office Systems considera que, mediante la implementación de una estrategia de marketing especialmente adecuada para el sector del mueble a nivel comercial, permitirá revertir el impacto negativo en los niveles de ventas a través publicidad digital, una campaña de contacto directo y ofertas de los artículos que esta empresa fabrica. Así mismo se ofrecerán nuevos productos al mercado donde se considere factores de un plan para su precio, posición y sobre todo promoción.

#### ***4.2 Justificación metodológica***

La justificación metodológica de este trabajo de investigación se basa en la estrategia empleada para su creación, ya que puede ser utilizado como referencia para otros tipos de estudios que tengan similitudes de investigación así poder ayudar al mercado regional de algunas empresas que se dediquen a la manufactura. En este

estudio se utilizarán instrumentos de recopilación de información, como encuestas y cuestionarios que serán aplicados a los clientes de la empresa Office Systems ya que serán de mucha ayuda para brindar información clara de cuáles son las verdaderas necesidades logrando de esta manera mejor el plan de marketing de la misma.

#### **4.3 Justificación práctica**

Este trabajo de investigación se justifica porque el desarrollo de estrategias de mejora de Office Systems para el área de marketing servirá como guía para los emprendedores que buscan incursionar en la industria, ya que actualmente existe demasiada demanda, en la provincia de Tungurahua en Ecuador. Todo esto con el fin de que empresas que se dediquen a la fabricación y venta similar, estén altamente capacitadas e informadas para poder realizar buenas prácticas empresariales y de esta manera tengan rentabilidad y puedan contribuir al desarrollo de la actividad de producción y comercialización dentro del mercado mobiliario en la provincia de Tungurahua. Además de contar con los recursos económicos y humanos para realizar el presente trabajo de investigación.

#### **5. Principales definiciones**

**Marketing:** Es considerado un proceso social y administrativo donde los individuos reciben lo que quieren y desean al crear, ofrecer, e intercambiar cosas valiosas con sus pares. (P & G, 2003, pág. 156)

El marketing es una disciplina que se dedica al análisis del comportamiento que tienen los mercados y los consumidores, tiene por objetivo desarrollar estrategias que permitan a las empresas satisfacer las necesidades de los consumidores de manera rentable. (Pérez Porto & Gardey, 2008)

Jerome McCarthy menciona que el marketing:

Es la realización de aquellas actividades que tiene por objeto cumplir metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el producto presta al consumidor o cliente (Fuente, 2022)

En resumen, se puede afirmar que el marketing es un conjunto de estrategias y métodos que se elaboran en torno a la promoción y venta de un producto o servicio, con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores de manera rentable.

**Plan de marketing:** es una herramienta fundamental de gestión que toda organización orientada al mercado debe adoptar en un mercado competitivo. (Muñiz, 2018, págs. 56 - 78)

Un plan de marketing es un documento que realizan las organizaciones para plasmar su planificación de un trabajo, proyecto o negocio en particular, este plan incluye la planificación y organización de todos los procesos, tareas y actividades que una empresa necesita llevar a cabo para promocionar y vender un producto o servicio. (Seco, 2017)

**Propuesta de mejora:**

Es un conjunto de medidas que se toman en una organización para mejorar su rendimiento. También se puede definir como una secuencia de pasos y acciones que realiza una persona o empresa para obtener mejores resultados. (Alvarez, 2021)

La mejora continua es una estrategia que se puede aplicar en cualquier organización para aumentar su capacidad para cumplir los objetivos y expectativas (Setalent, 2022). Esta estrategia debe realizarse de manera recurrente para lograr una mejora constante. El mejoramiento continuo es un proceso que describe muy bien

la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer para ser competitivas a lo largo del tiempo. (Edu.ar, 2023)

***Estrategias de marketing:***

Son un conjunto de acciones y métodos que se utilizan para lograr objetivos comerciales específicos, como dar a conocer nuevos productos o servicios, aumentar las ventas o posicionar una marca en el mercado. Estas estrategias son esenciales para el correcto funcionamiento de una empresa, ya que fortalecen las vías a seguir para conseguir los objetivos planteados a corto y a largo plazo. (Galán, 2015)

Existen diferentes tipos de estrategias de marketing, como la estrategia de posicionamiento, la estrategia de diferenciación, la estrategia de segmentación de mercado, la estrategia de precios, entre otras, cada una tiene como objetivo lograr una ventaja competitiva en el mercado y alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos asignados por la compañía. (Edu.pe, 2023)

## **6. Alcances y limitaciones**

La empresa, Office Systems, se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, país Ecuador, fue fundada en el año 2002 con el fin de crear y comercializar mobiliario de oficina, cumpliendo con el cliente más exigente y con rigor con su equipo de trabajo. Office Systems cuenta con dos locales comerciales en Riobamba y Ambato, así como un sitio de fabricación en Ambato en la ruta a Baos. Esta firma es importadora directa de sillas exquisitas, una empresa de fabricación y comercialización de muebles enfocada al área de consultorio y clínica, lleva más de 25 años en el mercado, vendiendo productos y cumpliendo con satisfacción su labor para brindar calidad al cliente. Es una empresa firmemente establecida en la ciudad de Ambato que requiere aplicar métodos de marketing que ayuden a potencializar la empresa y a captar nuevos clientes potenciales que permitan llegar a distintos lugares con sus productos.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

### **2.1 Bases teóricas de las variables**

Para el trabajo de investigación donde se propone el plan de marketing de la empresa Office Systems, se ha tenido en cuenta la posición de las pequeñas y medianas empresas en América Latina, particularmente en Ecuador. Por los perfiles y cualidades que constituyen el telón de fondo contra el cual chocan estos dos dominios, influyendo en su fundamento jurídico a nivel económico, político, cultural y otros. Hay que tener en cuenta que es importante abordar el papel del marketing o la falta del mismo en las grandes, medianas y pequeñas empresas para de esta forma determinar y compararla con la empresa Office Systems de la provincia de Tungurahua.

#### ***Marketing***

Según Philip Kotler "El marketing es un proceso social y de gestión en el que las organizaciones y los individuos logran lo que quieren y desean creando, entregando e intercambiando artículos valiosos con sus pares". (Coca Carasila, 2009, págs. 391- 414). Kotler es conocido como el padre del marketing moderno y ha sido uno de los teóricos más destacados en el campo del marketing. Él ha enfatizado la importancia de la orientación al cliente y la creación de valor para el cliente como elemento clave del marketing. Además, Kotler ha desarrollado numerosos modelos y teorías en el campo del marketing. Incluido el modelo de las 4P, que se refiere a la mezcla de marketing de producto, precio, promoción y distribución. (TN Tiempo de Negocios, 2017)

Según Jerome McCarthy indica que:

El marketing es la ejecución de acciones destinadas a cumplir los objetivos de una organización mediante la predicción de las demandas del consumidor o cliente y la dirección de un flujo de productos adecuados a las necesidades y servicios que el productor entrega al consumidor o cliente. (Fuente, 2022)

El autor Iván Thompson experto en marketing ha publicado varios artículos sobre el tema. En uno de sus artículos Thompson define al marketing como una idea o filosofía que ayuda a caminar los aviones y acciones de marketing por un determinado sendero, que es la satisfacción de necesidades y la obtención de beneficios. Thompson enfatiza la importancia de la satisfacción del cliente y la creación de valor para el cliente como elementos claves del marketing. Además, Thompson ha escrito sobre la definición de marketing y ha recopilado varias definiciones propuestas por otros expertos en marketing. (Thompson, 2023)

Otra definición dice que al marketing se lo considera una actividad encaminada a analizar la situación económica de las empresas o personas con el fin de satisfacer las demandas del mercado. Esto llega a convertirse en una herramienta vital para las empresas ya que pueden lograr un correcto posicionamiento en el mercado. En general Thompson comparte la idea de que el marketing es un proceso que busca satisfacer las necesidades y deseos del cliente y crear valor para el cliente y la empresa. (Thompson, 2023)

## ***Plan de Marketing***

El autor Iván Thompson dice que a los métodos de supervisión utilizados en el plan de marketing deben ser ajustados necesariamente, así también como a todas las personas involucradas en las actividades de marketing de una empresa u organización si el plan así lo requiere. (Valda, 2017)

La American Marketing Association (A.M.A.), es una organización profesional que se dedica a la promoción y el desarrollo del marketing. Según la AMA, el marketing es la actividad, el conjunto de instrucciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tiene valor para los consumidores, cliente, socios y la sociedad en general. La AMA enfatiza la importancia de la creación de valor para el cliente y la satisfacción del cliente como elementos claves del marketing. (Portal de Estrategia y Marketing, s.f.) Además, la AMA ha desarrollado un código de ética para los profesionales del marketing que establece los estándares éticos y las mejores prácticas en el campo del marketing. (Thompson, 2023)

McCarthy y Perrault, indican que un plan de marketing es un desarrollo escrito de una estrategia de marketing e información sobre el tiempo requerido para implementar esta estrategia. (Castañeda Armas, 2019). La estrategia de marketing también debe contener ciertos mecanismos de control, de modo que quien la ejecuta sepa si algo sale mal. De manera general, el plan de marketing es un instrumento valioso que sirve de guía a todas las personas que están vinculadas con las actividades de mercadotecnia de una empresa u organización porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de mercadotecnia que se pretenden lograr, el cómo se va a lograr, el tiempo que se va a requerir

para lograrlos y los mecanismos de control que se van a utilizar para asegurar de que se están logrando. (magazine Ceupe, 2019)

Los diferentes autores atribuyen que las estrategias de marketing no es un conjunto de actividades que puedan considerarse ajenas a un proceso productivo o contable, a simple vista parece tan específico que se aleja del concepto de marketing. Una estrategia de marketing se considera una herramienta esencial de la gestión empresarial, ya que está dirigida a un segmento de mercado específico y puede utilizarse como un medio estratégico para satisfacer las necesidades de los clientes y, si es necesario, para lograr los objetivos de la empresa.

### ***Producto***

Los productos son los artículos que la empresa ofrece y vende, ya sean productos de fabricación o simplemente productos para la venta, o un servicio. (Espinoza, 2014) menciona que “el marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por MCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación”.

(Espinoza, 2014) indicó que el producto es la parte más importante de la mezcla de marketing porque incluye los bienes y servicios que vende la empresa. La mezcla de marketing, también conocida como las 4P, se refiere a la combinación de producto, precio, promoción y distribución que una empresa utiliza para lograr sus objetivos de marketing. El producto es el elemento central de la mezcla del marketing porque es lo que se vende y lo que los clientes compran. Por lo tanto, es importante para las empresas que desarrollen

productos que satisfagan las necesidades y deseos de los clientes, que sean competitivos en el mercado. Además, la mezcla del marketing debe ser coherente con la estrategia general de la empresa y debe ser monitoreada y configurada según sea necesario para lograr los objetivos de marketing de la empresa.

### ***Plaza***

En el contexto del marketing, la plaza se refiere al canal de distribución o punto de venta que utiliza una empresa para llegar a los clientes. Junto con el producto, el precio y la publicidad, la ubicación es una de las 4P del marketing mix. Las decisiones de ubicación incluyen el uso de canales de venta directos o indirectos, la elección de intermediarios, la gestión de la logística y el transporte. Las plazas son importantes porque afectan la accesibilidad y disponibilidad de productos para los clientes (S. Jesús, 2023). Esto puede afectar las ventas y la satisfacción del cliente. En términos generales, la plaza es un elemento central de su combinación de marketing y debe encajar en la estrategia general de su empresa. (Grapsas, 2017)

### ***Promoción***

Debido a que muy pocos productos se indican y venden de forma sencilla y directa sin ser difundidos mucho menos teniendo publicidad, la promoción es un complemento vital para cada producto. Ahora, la propia etiqueta viene con contenido promocional de color y diseño. Esto incluye publicidad televisiva e impresa, contenidos en diferentes redes sociales, por correo electrónicos, posicionamiento en motores de búsqueda y relaciones públicas (MailChimp, s/f).

El Diccionario de la Real Academia Española indica que la promoción como el “conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas” y en su definición más corta, menciona que es la “acción o efecto de promover” (Real Academia Española, s/f)

El autor Ricardo Romero, quien escribió el libro Marketing, se refiere a la promoción como “el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa” (Romero, pág. 35).

La promoción debe ser entendida como un proceso de continuidad no una respuesta a circunstancias ocasionales. Realizar publicidad para un producto o servicio es fundamental para definir la marca propia y hacerla conocer al público, en especial brindar información de lo que se está ofreciendo para de esta forma poder posicionarse en el mercado, ya que así es como los medios definen su soporte publicitario más aceptado y pueden posicionarse en el mercado, aumentando sus ventas (Sordo, 2022)

### ***Precio***

Uno de los aspectos más sensibles de los negocios es determinar el precio adecuado para la venta al público, ya que no hay un manual donde se indique de qué forma realizarlo. Sin embargo, hay que tener en cuenta varios parámetros generales, como crear un margen de utilidad fija después de sacar cálculos incluyendo el costo de producción.

Para la Real Academia Española, el precio es “el valor pecuniario en que se estima algo” (Rae, s/f). En cambio, Rafael Alcaraz Rodríguez autor del libro El Emprendedor de Éxito, menciona que el precio es la “cantidad de dinero que se paga por un bien o servicio” (Alacaraz Rodríguez, 2011).

El precio es muy importante ya que afecta la percepción que los consumidores finales tienen de un producto o servicios. No olvide a que mercado está destinado su producto. Necesita saber si los consumidores quieren calidad independientemente del precio o si el precio será una de las variables de decisión más importantes. En muchos casos, la baja demanda de un producto se debe a su bajo precio (Alacaraz Rodríguez, 2011, pág. 101).

### ***Ventas***

Las ventas se consideran un aspecto importante en el marketing, ya que pueden medir la competitividad de una empresa u organización en el mercado. Para ello, cada empresa que comercializa productos o servicios debe diseñar un plan de Marketing y se encarga de promocionarlos.

Las ventas son un aspecto importante del marketing, ya que el objetivo final del marketing es generar ventas y ganancias para la empresa. Las estrategias de marketing se enfocan en conocer las necesidades y deseos de los clientes y en desarrollar productos y servicios que satisfagan esas necesidades y deseos. Las estrategias de marketing también incluyen la promoción, la fijación de precios y la distribución, que son los elementos clave en la mezcla del marketing. En términos generales se puede mencionar que las ventas son el resultado de las estrategias de marketing que se han utilizado para la comercialización y ventas de un producto o servicio que posee la empresa. (Pursell, 2023)

Desde el punto de vista del vendedor, las ventas minoristas son económicamente rentables. Las ventas sustentan una parte importante de la actividad económica de una empresa, y los agentes económicos obtienen

ganancias al proporcionar productos y servicios superiores. Las ventas son la principal fuente de ingreso de una empresa y son necesarias para mantener para mantener su operación y crecimiento. Las estrategias de marketing se enfocan en conocer las necesidades y deseos de los clientes para desarrollar productos o servicios, con el objetivo final de generar ventas y ganancias para la empresa. (Thompson, 2023)

### ***Marketing digital***

El marketing o mercadeo digital hace referencia a la promoción de productos y servicios a través de canales digitales, como sitios web, dispositivos móviles, redes sociales, motores de búsqueda y otros canales similares. El marketing digital se ha vuelto cada vez más importante en era digital que atraviesa la actualidad, ya que la mayoría e las personas pasan gran cantidad de tiempo en línea. Las empresas utilizan el marketing digital para llegar a su público objetivo y aumentar su presencia en línea. (NEILPATEL, s.f.)

Las estrategias de marketing digital incluyen optimización de motores de búsqueda, la publicidad en línea, el marketing de contenido, el correo electrónico de marketing, y las redes sociales. El marketing digital también permite a las empresas medir y analizar el éxito de sus campañas de marketing y ajustarlas según las necesidades. En términos generales, el marketing digital es una herramienta de suma importancia dentro del marketing tradicional, lo cual lo convierte en una fuente esencial para alcanzar el éxito empresarial. (Barone, 2015)

## **2.2 Análisis comparativo de las bases teóricas**

El desempeño de una empresa se evalúa utilizando una variedad de factores. El marketing y la administración son dos de los más importantes. Distinguir entre los dos es fundamental para administrar una empresa eficiente y desarrollar planes comerciales lucrativos. La comercialización de los servicios o artículos suministrados es un componente significativo, pero no el único, de la operación lucrativa de un empresario individual o de una empresa comercial. El marketing y la administración también se emplean en la gestión de numerosos sistemas sociales. No son lucrativos, pero deben manejarse adecuadamente y de acuerdo con la ley. (UTMachala, s.f.)

Los objetivos de una corporación o empresa están determinados por la administración. Esto está directamente relacionado con el posicionamiento a largo plazo de la empresa. Las estrategias y soluciones de marketing empleadas proporcionan las condiciones ideales para el proceso de solicitud. Una vez que se firma un acuerdo o contrato, los procedimientos creados pueden ser descartados y pueden requerirse soluciones alternativas en el nuevo entorno.

La administración es nacional en términos de prácticas de gestión. En cada país, se eligen los mejores enfoques en función de las convenciones culturales, la psicología, los hábitos y las preferencias de la población. En el caso de la comercialización, se puede utilizar cualquier esquema de promoción universalmente aceptable. La única diferencia está en la estrategia de marketing de ventas. Todos los especialistas en el campo conocen a fondo los límites, lo que se puede hacer para acelerar el proceso de solicitud y lo que se debe evitar.

### **2.3 Análisis crítico de las bases teóricas**

La administración es la base fundamental de la cual parte el presente proyecto de investigación, por medio de la misma se podrán analizar los diferentes procesos para la realización de un plan de mejora de marketing para la empresa Office Systems que serán aplicados a cada una de las actividades que los colaboradores los cuales serán realizados por medio de los mismos, de esta manera se podrá poner en marcha la optimización de recursos y elevar los niveles de productividad para conseguir los objetivos y metas planteadas por la organización para el beneficio común de los subordinados y empleadores.

Es gracias a la administración que las tareas encomendadas podrán ser medidas en tiempo, calidad y cumplimiento; detectar problemas existentes y encontrar soluciones que permitan corregir errores, así como, hacer estimaciones a futuro con la finalidad de prevenir pérdidas o falencias que afecten directamente o indirectamente a la empresa. Por medio de los procesos administrativos se estipulará tareas que sean viables y convenientes en medida que sean realizables y medibles, logrando de esta manera mejor el plan de marketing de la empresa. (ADP España, 2023)

## Capítulo III: Marco Referencial

### 3.1 Reseña histórica

La empresa Office Systems I, fue inaugurada hace 25 años en la ciudad de Riobamba por Hilda Aidé Sánchez Montoya, quien se dedicó a la dirección de esta fábrica de producción y venta de mobiliario de oficina. Office Systems I, empieza sus actividades de la siguiente manera:

**Tabla 1** Distribución del personal en los departamentos Office Systems I

No. Personas	Departamento	Observación
2	Mecánica	
2	Ensamblaje	
2	Carpintería	
1	Contador	Medio tiempo
2	Pintura	
<b>9 personas</b>	<b>5 departamentos</b>	

**Fuente:** Información obtenida de los registros de Office Systems

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

Office Systems empezó sus labores con 9 trabajadores y con 4 departamentos, los necesarios para el inicio de la producción. Con el pasar del tiempo y de acuerdo a las necesidades que los diferentes departamentos presentaban y que las ventas estaban en aumento, se fue incrementando tanto

la mano de obra como los diferentes departamentos. Esto con la finalidad de que el dinero se quedara en la misma empresa y tratar de terciarizar lo menos posible las diferentes actividades, se desarrollaron nuevas estrategias para la obtención de maquinaria nueva y la incrementación de departamentos que ya iba necesitando la empresa a para reaccionar a tiempo, y con eficiencia, con la finalidad de no retrasar la producción por falta de compromiso de los proveedores que la mayor parte del tiempo no eran responsables con la entrega a tiempo del producto, así es que se incrementó los siguientes departamentos.

**Tabla 2** Incremento de personal y de nuevos departamentos en office Systems I

<b>Número de personas</b>	<b>Departamento</b>	<b>Actividades a realizar</b>
1	Vidriería	Preparación en corte, lijado
2	Tapicería	Tapizado de sillonería
<b>3 personas</b>	<b>2 departamentos</b>	

**Fuente:** Información obtenida de los registros de Office Systems

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

El fundador de Office Systems falleció en un trágico accidente de tránsito el 7 de julio de 2007, luego de comprar mano de obra y maquinaria para la fábrica y ganar una posición de renombre en el mercado. Por lo que asume el cargo como gerente general de la empresa Office Systems I, su hija la Ing. Morela Anchaluisa Sánchez, la misma que al tomar este puesto realiza una reingeniería de todos y cada uno de los procesos que hasta ese entonces contaba la

empresa. Luego de revisar los requerimientos presentados por la empresa, decide crear:

- Un departamento de Diseño y Planificación para brindar un valor agregado al producto que ofrece dirigido hacia todos los clientes de la empresa.

- Creación de un Departamento Contable: La empresa contaba anteriormente con un contador a medio tiempo, pero se incrementó un departamento formado por un contador a tiempo completo, un auxiliar contable y lo más indispensable un sistema contable que cubra todas las necesidades de la empresa.

- Se Creó un Departamento de Marketing, el cual estuvo conformado por 6 ejecutivos de ventas, con la finalidad de brindar un servicio personalizado a las empresas (clientes de Office Systems I) y realizar visitas personalizadas, a los clientes que requieran de los servicios de la empresa.

- Se Contrató un espacio On Line para la creación de la página de la empresa, con la finalidad de llegar no únicamente a la provincia sino a nivel nacional y por qué no mundial con el simple hecho de ingresar la dirección.

[www.officesystemsmbato.com](http://www.officesystemsmbato.com)

- Se creó el departamento de Importaciones: Debido a que la empresa compraba sus productos a la competencia, y no era muy favorable para esta se decidió formar su propio departamento y realizar sus importaciones directas del lugar que la empresa así lo requiera.

Finalmente se puede decir que esta empresa hoy en día ofrece trabajo a muchas personas, así como también se caracteriza por ser responsable ya que

cumple con todos los requerimientos que el país le exige, como por ejemplo SRI y con el ministerio de trabajo.

**Figura 1** Planta Central de OfficeSystem



## **3.2 Filosofía organizacional**

### **3.2.1 Misión**

Producir y vender muebles de la más alta calidad en todos los campos de trabajo con la mejor tecnología, diseño innovador, creatividad, personal responsable y bien capacitado; comprometidos con la satisfacción del cliente, el desarrollo de los empleados y nuestro compromiso con la sociedad.

### **3.2.2 Visión**

Ser reconocida como una de las mejores empresas del Ecuador en el diseño, innovación y producción de mobiliario de oficina, hospitalario, educativo y hogar, incluyendo todos nuestros muebles, eficiencia, calidad y satisfacción.

### **3.2.3 Valores**

Los valores de una empresa son pautas de actuación y comportamiento que posibilitan el desarrollo eficaz de sus actividades. Esto se debe a que cada valor que promueve la empresa debe ser seguido y respetado de tal manera que se tomen decisiones, que faciliten la gestión y realización de actividades, los principales valores son:

- **Seguridad:** Ejecución de actividades por parte del personal en pleno cumplimiento de los protocolos y estándares establecidos.
- **Responsabilidad:** Es la clave para el logro de metas y objetivos y se refiere a la ejecución eficaz y eficiente del tiempo y las actividades asignadas a todos los empleados de la empresa.
- **Integridad:** Consiste en la transparencia y honradez de los empleados que forman parte del equipo de trabajo de esta empresa.
- **Compromiso:** Significa asumir los desafíos y compromisos de la empresa y desempeñar sus funciones con eficacia y eficiencia.
- **Excelencia:** Un valor dado a la máxima eficiencia de los empleados de una empresa.
- **Confianza:** Se refiere al tipo de relación que se construye entre las empresas y los clientes para lograr la lealtad.

### **3.2.4 Políticas de Calidad**

“La empresa Office Systems tiene un equipo de trabajo cuyas acciones diarias las ejecutan con una elevada vocación de servicio a los clientes en su visión de empresa de categoría nacional, basadas en los siguientes principios”:

- **Integridad personal.** como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- **Creatividad e innovación** como parte del reto diario para el mejoramiento continuo.
- **Productividad** durante la ejecución del trabajo y en el empleo de los recursos materiales.
- **Consciencia** en la práctica de un trabajo libre de errores y en el compromiso leal con la institución y con las realizaciones de calidad.

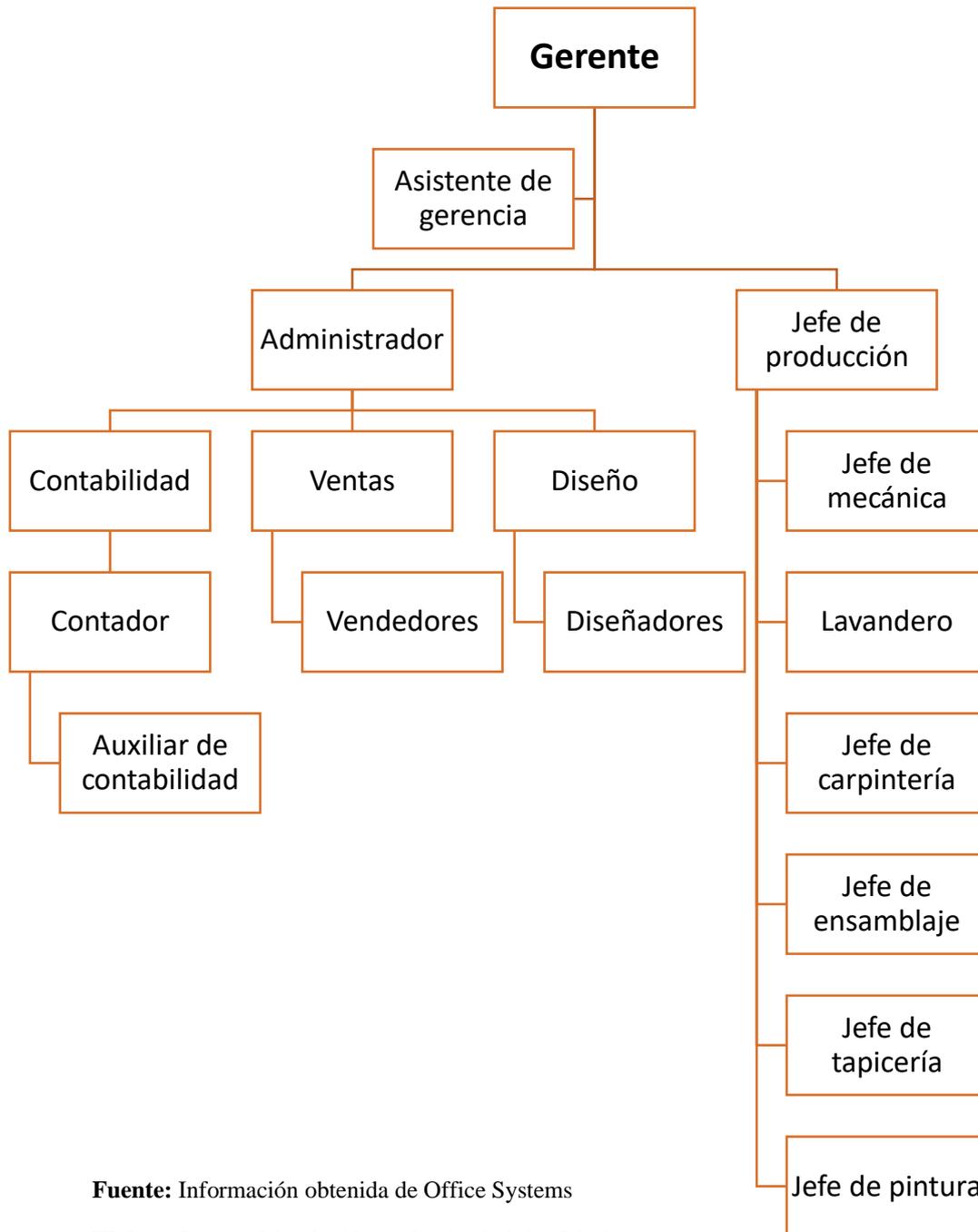
### **3.3 Diseño organizacional**

Mario Javier Brume González es un autor que habla y ha escrito sobre la estructura y diseño organizacional. Brume abordó el tema del diseño organizacional y su importancia en la eficiencia y eficacia de una empresa. el diseño organizacional se refiere a la forma en cómo está estructurada una empresa para lograr sus objetivos y metas. Brume indica que el diseño organizacional debe ser coherente con la estrategia de la empresa y debe tener en cuenta factores como la cultura organizacional, la tecnología y los recursos humanos. (Universidad tecnológica del Perú, s.f.)

El diseño organizacional también debe de ser flexible y adaptable a los cambios en el entorno empresarial. En diseño organizacional es un aspecto importante para la gestión empresarial de Office Systems porque esto impacta positivamente en el éxito de la empresa. Por lo tanto, la estructura organizativa está determinada por el organigrama. Es un esquema visual en el que se presenta la estructura interna de la empresa, se describen detalladamente las relaciones de trabajo existentes entre los distintos departamentos y áreas de la

empresa, cada área y elemento de trabajo.

**Figura 2** Organigrama empresarial



**Fuente:** Información obtenida de Office Systems

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### **3.4 Productos y/o servicios**

La empresa Office Systems cuenta con los mejores diseños y calidad en sistemas de oficina, muebles, sillas, centros de trabajo, bibliotecas, archivadores y entre otros mobiliarios de oficina.

#### ***Mobiliario oficina:***

- a) Bibliotecas.
- b) Archivacion.
- c) Counters de recepción.
- d) Divisiones de ambiente.
- e) Mesas de reuniones.
- f) Mesas de Vidrio.

#### ***Sistemas oficina:***

- a) Sistemas canciller.
- b) Sistemas Gerenciales.
- c) Sistemas Operativos.

#### ***Sillonera:***

- a) Sala de espera.
- b) Butacas.
- c) Sillas gamers.
- d) Sillas para bar.
- e) Sillas de atención.
- f) Sillas giratorias.
- g) Sillones canciller.
- h) Sillones gerenciales y ejecutivos.

i) Sillones de peluquería.

**Mobiliario médico:**

- a) Cama hidráulica.
- b) Cama partos hidráulica.
- c) Camillas de acero.
- d) Camilla hidráulica.
- e) Camillas.
- f) Chase long examen
- g) Valde patada.
- h) Bañera recnac
- i) Biombo
- j) Cambiador de pañales.
- k) Carro hermético.
- l) Coche de paro metálico.
- m) Coche dial.
- n) Carro curaciones con gabinete.
- o) Coche de paro.
- p) Mesa auxiliar M-29
- q) Portasuero.
- r) Mesa pediátrica.

**3.5 Diagnóstico organizacional**

Los diagnósticos organizacionales son los pilares sobre los cuales se estructuran y dan seguimiento a los procesos de la empresa. Esto permite tener información actualizada sobre el estado y las operaciones de cada división de la

empresa y determinar si las metas establecidas se han logrado según lo previsto. Este diagnóstico también ayuda en la toma de decisiones e identificación.

**Figura 3** Análisis FODA as de mejora.



**Fuente:** Plantillas Canva

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

## **Capítulo IV: Propuesta de mejora**

### **4.1 Diagnóstico del proyecto**

El diagnóstico de la organización constituye una herramienta de gran utilidad para conocer el estado en el que se encuentra la misma, debido a que brinda una información precisa y confiable sobre los problemas que enfrenta en la actualidad la empresa, mismos que han impedido el alcance de un mayor crecimiento y posicionamiento en el mercado, así mismo le permitirá visualizar de una mejor manera cuáles serían las oportunidades que puede tener la empresa para realizar acciones correctivas y de esa manera alcanzar nuevos mercados. Algunas empresas pasan por alto realizar el diagnóstico de la misma, y eso con base al éxito que tienen en el presente, pero se ha podido observar que éxito es un panorama temporal que se debe manejar con astucia e innovación, muchas empresas que en su tiempo fueron exitosas hoy simplemente forman parte de un recuerdo, debido a que no supieron realizar un buen diagnóstico de la empresa para corregir los errores a tiempo, mismos que los llevaron del éxito al fracaso.

#### **4.1.1 Presupuesto**

Para la ejecución del plan de mejora se ha designado un presupuesto empresarial de \$1.310, los cuales se desembolsarán en tres acreditaciones durante el año. Se procederá a realizar reuniones de trabajo de forma semanal para verificar el alcance y cumplimiento de objetivos empresariales, se emitirá el informe y de ser el caso se ajustará el plan de mejora a las necesidades elementales que presente la empresa Office Systems.

**Tabla 3 Presupuesto**

	<b>Primer pago</b>	<b>Segundo pago</b>	<b>Tercer pago</b>	<b>Subtotal (al año)</b>
Diseño Web: Tienda Virtual	\$186,67	\$186,6	186,66	\$560
Marketing digital:	\$50	\$50	\$50	\$150
• Redes Sociales				
• Motores de búsqueda Internet				
	Mensualidades de \$50			\$600
Total				\$1310

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

#### **4.1.2 Antecedentes y panorama general**

Para mencionar sólo algunas de ellas se pueden traer a la memoria a Kodak, que era una empresa que se fundó en el año 1888 y que fue exitosa a nivel mundial, se dedicaba a la venta de cámaras y material fotográfico, estuvieron vigentes por más de setenta años en el mercado cinematográfico, se llegaron a consolidar como una marca de renombre en todo el mundo, pero no supieron tomar buenas decisiones y desaprovecharon las oportunidades de reinventarse con la tecnología que estaba recién floreciendo. Poco fue el tiempo que duró la ceguera de Kodak por su éxito que había alcanzado en años pasados, y con la aparición de Fujifilm, LG, Sony, Panasonic, y Samsung se dio la muerte anunciada, de una empresa que no innovó y hoy sólo forma parte de la historia. (Ekos, 2018) Entre otras empresas que también alcanzaron el éxito en su momento y hoy forman parte del pasado se puede enunciar a Nokia, Atari, Blockbuster, Xerox, yahoo, Blackberry, entre otros (magnet, 2016)

Por todo lo mencionado anteriormente es importante tomar buenas decisiones a tiempo, y esas decisiones deben partir a través de un diagnóstico situacional de la empresa. Por consiguiente, la empresa Office Systems ha realizado una encuesta sobre los inconvenientes que presenta en la actualidad,

misma que fue efectuada el 23 de enero de 2023, con el objetivo de ejecutar el plan de mejora elaborado para Office Systems, mismo que le ayude a subsanar los errores presentes en el departamento de marketing, lo cual le permitirá a futuro llegar a nuevos clientes y garantizar mejores réditos que conlleven al éxito.

#### **4.1.3 Entrevista al jefe del departamento de Marketing**

**Tabla 4** Análisis de la entrevista realizada al jefe departamental de marketing de Office Systems

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
1. ¿Cuándo fue creado el departamento de marketing?	Hace cuatro años	El jefe departamental indica que ya desde hace cuatro años la empresa cuenta con un Dpto. de marketing.
2. ¿Qué tiempo lleva en el cargo?	Dos años	Además, indica que desde hace dos años está a cargo como jefe de dicho Dpto.
3. ¿Considera que las estrategias de marketing empleadas son las adecuadas para el trabajo que se realiza?	Son las más adecuadas, aunque siempre se puede mejorar.	El jefe de marketing indica que para él sus estrategias son las más adecuadas, aunque también está dispuesto a mejorar dichas estrategias.
4. ¿Cuáles serían las 3 habilidades más	Ser analítico, contar con la capacidad de trabajo en equipo,	El entrevistado menciona que hay que tener capacidad de análisis y realizar trabajo

importantes para el transmitir empatía y en equipo para de esa marketing? optimismo manera poder transmitir

empatía y crear optimismo en el equipo de trabajo que tiene.

El entrevistado indica que calificaría la ubicación del Office Systems como 5, eso quiere decir que la empresa sí se encuentra en un lugar estratégico para desarrollar sus funciones.

Esto quiere decir que los productos que vende la empresa cumplen con los estándares de calidad que debe tener.

**5.** Del 1 al 5, siendo 5 el valor más alto, ¿Cómo calificaría la ubicación de Office Systems en el mercado actual? Calificaría como 5

**6.** ¿Qué diferencia a Office Systems de la competencia? Lo diferencia su calidad de producto

7. ¿Las estrategias de marketing que utiliza Office Systems están dirigidas para el público en general o a clientes on-line?

Yo considero que están dirigidas al público en general y también a clientes on-line, pero nos compran más los clientes en general

Él jefe de marketing considera que las estrategias de marketing están dirigidas a ambos tipos de clientes, aunque reconoce que su mayor clientela no precisamente está vía on-line.

8. En el contexto actual, ¿Considera que se debe abrir un mayor campo a las ventas en línea?

Pienso que se debe abrir con mayor amplitud en línea

Aquí se indica que las ventas en línea no ofrecen mucha amplitud en los productos que oferta la empresa por lo que se debería mejorar este punto.

9. ¿Considera que las estrategias para ventas on-line se pueden mejorar?

Pienso que siempre deben mejorar cada día.

El entrevistado considera que sí se deben mejorar las estrategias de marketing que actualmente utiliza en Office Systems

---

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Análisis:** Una vez que se ha realizado la entrevista al jefe del departamento de marketing de Office Systems, se ha podido observar mediante

sus respuestas que la empresa ofrece productos de calidad y que el lugar en el que se encuentran ubicados es el correcto, en cuanto a las estrategias de marketing que están utilizando le parece que son adecuadas aunque menciona también que se sí deben mejorar el campo de las ventas en línea, ya que incluso su mayor clientela no precisamente está en ese medio, menciona que está dispuesto a realizar cambios ya que las estrategias de marketing siempre deben innovar para alcanzar mejores ventas y llegar a nuevos clientes en otro mercado además que actualmente no ofrecen mayor amplitud de servicios vía on-line.

#### 4.1.4 Análisis de la Encuesta al personal de Office Systems

**Tabla 5** Respuesta de la pregunta 1, ¿Considera que nuestro producto está orientado en su mayoría para empresas que para público en general?

Respuestas	N° Encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	8,33%
En desacuerdo	1	8,33%
Indiferente	1	8,33%
De acuerdo	5	41,67%
Totalmente de acuerdo	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 4** Encuesta dirigida al personal de Office System



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### **Análisis**

El 8.33% del personal de Office Systems indica que sus productos definitivamente no están orientados hacia el público en general, el 8.33% opina que tampoco el producto se orienta al público en general, el 8.33% le es indiferente este punto y el 41.67 dice que sus productos sí están orientados tanto para el público en general como para las empresas, y finalmente el 33,33% del personal opina que definitivamente sus productos sí están orientados hacia las dos partes. Por lo tanto, se puede evidenciar que más del 74% del personal está de acuerdo con que sus productos están dirigidos a todo el público.

**Tabla 6** *Respuesta de la pregunta 2 ¿Consideras que la calidad es lo que realmente le importa al cliente cuando están comprando lo que vendemos?*

<b>Respuestas</b>	<b>N° Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	2	16,67%
De acuerdo	2	16,67%
Totalmente de acuerdo	8	66,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

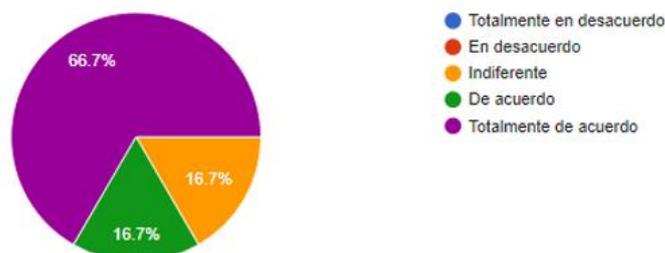
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 5** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que la calidad es lo que realmente le importa al cliente cuando están comprando lo que vendemos?



12 respuestas



Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Análisis

El 16.67% del personal de Office Systems indica que lo realmente le importa cuando realizan la compra es al cliente es la calidad de nuestro producto, el 16.67% dice que la calidad le es indiferente al cliente, y el 66.67% está totalmente de acuerdo que lo que más importa de nuestros productos es la calidad. Por consiguiente, se puede evidenciar que la mayor parte del personal indica los productos que vende la empresa cumplen con los estándares de calidad.

**Tabla 7** Respuesta de la pregunta 3 ¿Qué tan satisfecho están los clientes con nuestro producto o servicio?

Respuestas	N° encuestados	Porcentaje
Nada satisfecho	0	0%
Poco satisfecho	0	0%
Neutral	5	41,67%
Muy Satisfecho	5	41,67%
Totalmente satisfecho	2	16,67%

---

<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

---

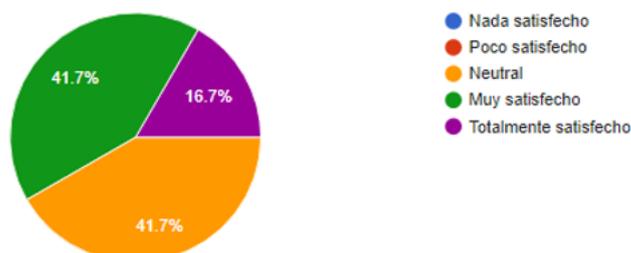
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 6** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Qué tan satisfecho consideras que están los clientes con nuestro producto o servicio?

 Copiar

12 respuestas



Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

## Análisis

El 41.67% del personal de Office Systems indica que a los clientes les es indiferente nuestros productos, mientras que el 41.67% indicaron que se encuentran muy satisfechos con los productos que se venden, el 41.67% mencionan estar muy satisfechos y el 16.67% dice estar muy satisfecho. Aquí se puede evidenciar que más del 58% del personal está de acuerdo con que sí están satisfechos con los productos que vende office Systems.

**Tabla 8** Respuesta de la pregunta 4 ¿Consideras que la distribución de nuestro producto es óptima y accesible?

Respuestas	Nº encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	16,67%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	2	16,67%
De acuerdo	7	58,33%
Totalmente de acuerdo	1	8,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

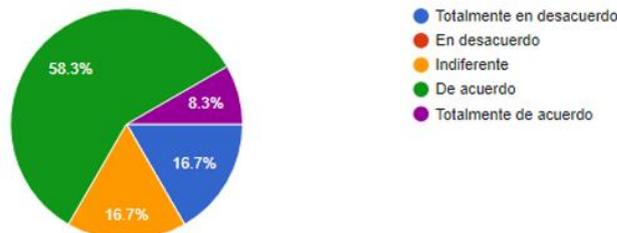
Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Figura 7 Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que la distribución de nuestro producto es óptima y accesible?

 Copiar

12 respuestas



Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Análisis

En cuanto a la distribución de los productos de office Systems el 16.67% del personal indica que definitivamente no está de acuerdo con la forma de distribución del producto y dice que es cara, el 16.67% dice que la forma de distribución le es indiferente a los clientes de office Systems, el 58.33% del personal indica estar de acuerdo con la forma de distribución y el 8.33% dice estar totalmente de acuerdo. Aquí se puede indicar que más del 66% del personal indica estar totalmente de acuerdo con que la distribución del producto es óptima y accesible al público en general.

**Tabla 9** Respuesta de la pregunta 5 ¿Qué tan probable es que recomiendes nuestro producto?

Respuestas	N° encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	8,33%
Indiferente	3	25%

Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

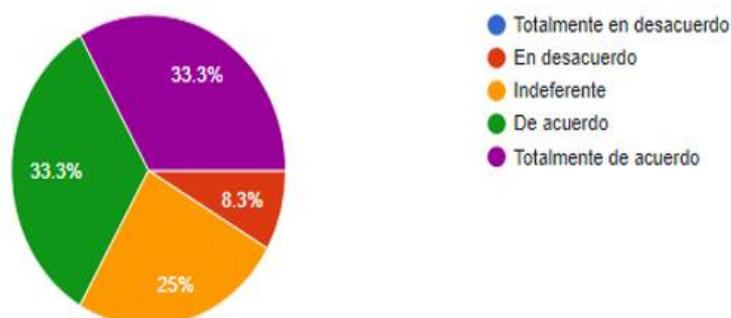
De acuerdo	4	33,33%
Totalmente de acuerdo	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Figura 8** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Qué tan probable es que recomiendes nuestro producto?



12 respuestas



Elaborado por: Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Análisis

El 8.33% del personal indica que no recomendaría el producto que vende office Systems, mientras que el 25% está inseguro si recomendarlo o no, el 33.33% indica que sí recomendaría su producto y el 33.33% indica que definitivamente va a recomendar sus productos. Aquí se puede ver que el más del 66% del personal de office Systems haría recomendaciones sobre los productos que venden.

**Tabla 10** Respuesta de la pregunta 7 ¿Consideras que el servicio y la calidad es lo que motivan a los clientes a que adquieran nuestro producto o servicio?

Respuestas	N° encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	6	50%
Totalmente en desacuerdo	6	50%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

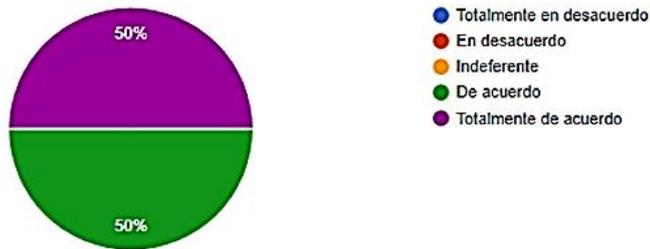
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

**Figura 9** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que el servicio y la calidad es lo que motivan a nuestros clientes a adquieran nuestro producto o servicio?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

### Análisis

El 50% del personal de Office Systems están de acuerdo con que el servicio y la calidad que brindan a sus clientes los motivan a comprar en office Systems, mientras que el otro 50% del personal dice que está definitivamente de acuerdo que es esa la razón. Se puede evidenciar por lo mencionado del

personal que, lo que hace que sus clientes adquieran su producto en Office Systems es por el servicio y la calidad que ofrecen en ese lugar.

**Tabla 11** Respuesta de la pregunta 8, ¿Consideras que nuestro producto o servicio ofrecen mejores alternativas que la competencia?

Respuestas	N° encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	1	8,33%
En desacuerdo	2	16,67%
Indiferente	3	25%
De acuerdo	3	25%
Totalmente de acuerdo	3	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

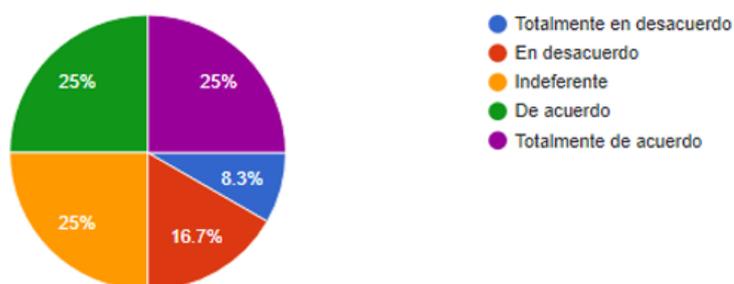
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 10** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que nuestro producto o servicio ofrecen mejores alternativas que la competencia?



12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

## Análisis

El 8.33 del personal de la empresa indica que definitivamente los productos que venden no son la mejor alternativa no ofrecen mejores alternativas que la competencia, el 16.67% indica que nuestro producto no es mejor que la competencia, el 25% menciona estar inseguro si los productos de Office Systems son mejores que los que tienen la competencia, mientras que el 25% opina que sí son mejores, el otro 25% del personal opina que definitivamente nuestros productos son mejores que los de la competencia. Aquí podemos observar dudas ya que el 50% del personal dice que su producto es el mejor y el otro 50% dice que no lo es, por consiguiente, hay opiniones divididas sobre las alternativas de los productos que vende office Systems.

**Tabla 12** Respuesta a la pregunta 9, ¿Consideras que nuestro producto o servicio atiende a las necesidades del mercado?

Respuestas	Nº encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	9	75%
Totalmente de acuerdo	3	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 11** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que nuestro producto o servicio atiende a las necesidades del mercado?

12 respuestas

 Copiar



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### **Análisis**

El 75% del personal de Office Systems indica que estar de acuerdo en que sus productos atienden a las necesidades del mercado, mientras que el 25% indica estar totalmente de acuerdo en que sus atienden esa necesidad. Aquí se puede observar que el 100% del personal indica que Office Systems sí ha cubierto las necesidades que tiene la sociedad con la fabricación y venta de sus productos.

**Tabla 13** *Respuesta a la pregunta 10, ¿Consideras que puede existir una mejor opción parecida a este producto en la competencia?*

<b>Respuestas</b>	<b>N° encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente en desacuerdo	2	16,67%
En desacuerdo	1	8,33%
Indiferente	1	8,33%
De acuerdo	4	33,33%
Totalmente de acuerdo	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

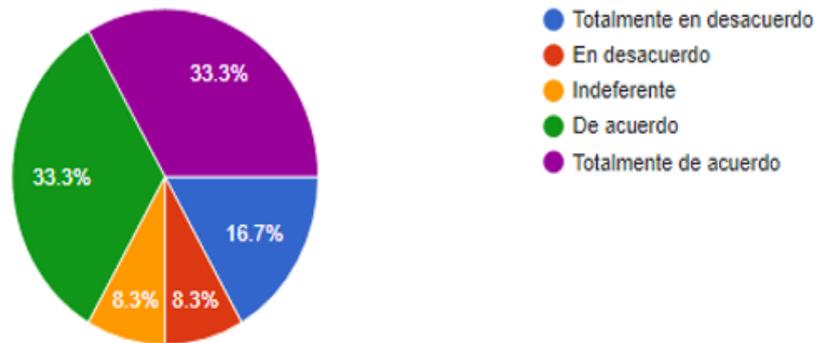
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 12** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que puede existir una mejor opción parecida a este producto en la competencia?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

## Análisis

El 16.67% del personal indican que están totalmente en desacuerdo con que exista una mejor opción en la competencia que el producto que ofrece office Systems, el 8.33% dice que dice que está en desacuerdo con que exista algo mejor, el 8.33% duda de la existencia de mejores productos que el nuestro en la competencia, mientras que más del 66% del personal dice que sí existen mejores productos en la competencia. Aquí podemos observar que definitivamente el personal está claro que la competencia también ofrece mejores productos que office Systems por lo cual se debe tomar atención a esta pregunta.

**Tabla 14** Respuesta a la pregunta 11, *¿Consideras que es recomendable cambiar la ubicación de nuestra tienda?*

<b>Respuestas</b>	<b>N° encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente en desacuerdo	2	16,67%
En desacuerdo	2	16,67%
Indiferente	5	41,67%
De acuerdo	2	16,67%
Totalmente de acuerdo	1	8,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

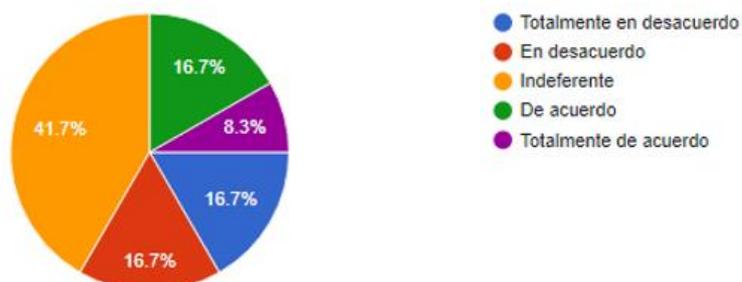
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 13** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que es recomendable cambiar la ubicación de nuestra tienda?



12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

### Análisis

En cuanto a la ubicación de office Systems el 16.67% del personal opina que totalmente en desacuerdo con que se cambien la ubicación del local, el 16.67% dice que no se lo debe cambiar, el 41.64% duda si el cambio es conveniente o no, mientras que el 25% opina que hay que cambiar la ubicación. Aquí se puede observar que el 75% del personal indica que la ubicación actual del negocio es la adecuada y que no se debe cambiar la misma.

**Tabla 15** Respuesta de la pregunta 12, ¿Consideras que hay un buen trato de parte de nuestro personal a los clientes de la marca?

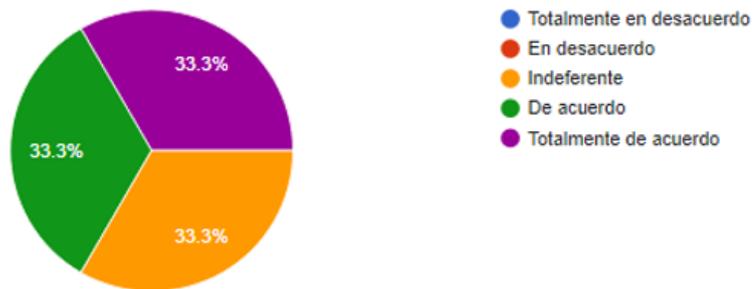
Respuestas	N° encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	4	33,33%
De acuerdo	4	33,33%

Totalmente de acuerdo	4	33,33%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 14** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que hay un buen trato de parte de nuestro personal a los clientes de la marca? [Copiar](#)  
12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Análisis

El 33.33% del personal de office Systems tiene duda si hay un buen trato a todos los clientes, y más del 66% del personal indica que sí lo hay. Aquí se puede evidenciar que la mayor parte del personal de office Systems dice que existe un buen trato por parte de la empresa hacia sus clientes.

**Tabla 16** Respuesta pregunta 13, ¿Consideras que la competencia ofrece mejores características o alternativas y nosotros no?

Respuestas	Nº encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	2	16,67%

En desacuerdo	1	8,33%
Indiferente	4	33,33%
De acuerdo	3	25%
Totalmente de acuerdo	2	16,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

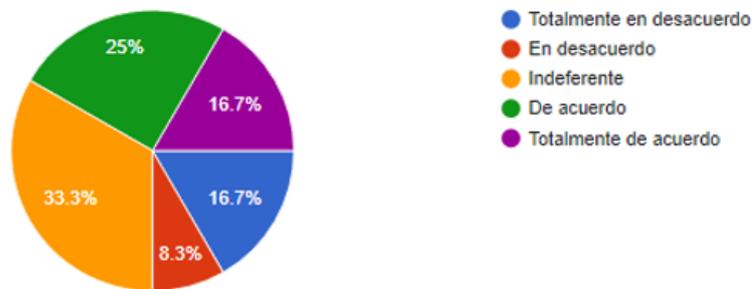
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 15** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que la competencia ofrece mejores características o alternativas y nosotros no?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### Análisis

El 16.67% del personal de office Systems indica que la competencia no ofrece mejores características y alternativas que nuestros productos, mientras que el 8.33% dice que la competencia no ofrece mejores alternativas, el 33.33% tiene duda si en competencia existen mejores características y alternativas que nuestros productos y el 41% del personal indica que la competencia sí ofrece mejores características y alternativas. Aquí podemos concluir que office Systems está preocupándose por brindar a su clientela los mejores productos del mercado y brindando mayores alternativas a la hora de vender.



**Tabla 17** Respuesta a la pregunta 14, ¿Consideras que el marketing digital trae resultados rápidos?

Respuestas	N° encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	2	16,67%
De acuerdo	4	33,33%
Totalmente de acuerdo	6	50%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

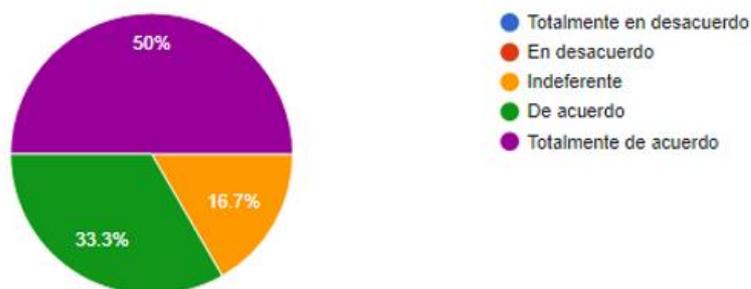
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

**Figura 16** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que el Marketing Digital trae resultados rápidos?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

### Análisis

Con respecto al marketing digital, el 16.67 del personal de office Systems opina que no está seguro si ese medio trae resultados rápidos para mejorar las

ventas, el 33.33% opina que sí trae resultados rápidos en ventas, mientras que el 50% del personal afirma que definitivamente el marketing digital trae resultados rápidos. Aquí podemos observar que el 83.33% del personal afirma que el marketing digital es lo que trae resultados rápidos para incrementar las ventas de la empresa, razón por la cual se debe promover mejoras por este medio con la finalidad de atraer a nueva clientela.

**Tabla 18** Respuesta a la pregunta 15, ¿Consideras que los medios de comunicación utilizados por nuestra marca son los adecuados?

<b>Respuestas</b>	<b>N° encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	16,67%
Indiferente	5	41,67%
De acuerdo	2	16,67%
Totalmente de acuerdo	3	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

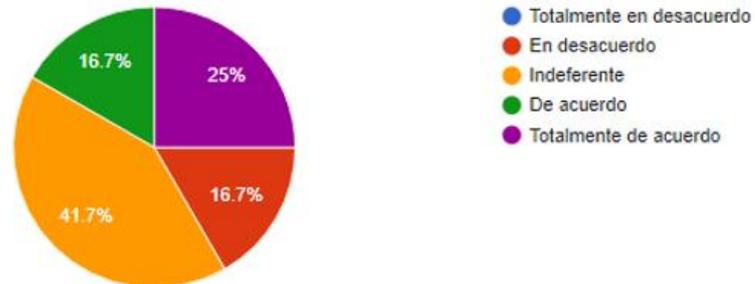
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 17** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Consideras que los medios de comunicación utilizados por nuestra marca son los adecuados?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

## **Análisis**

El 16.67% del personal de office Systems está en desacuerdo que los medios de comunicación que utiliza la empresa sean los adecuados, el 41.67% tiene duda si los medios utilizados son los correctos, el 16.67% del personal menciona estar de acuerdo en que son los adecuados, y el 25% del personal dice que definitivamente son los ideales. Aquí se puede evidenciar que sólo el 41% del personal dice que los medios empleados para la comunicación son los eficientes, por lo que se debería revisar otros medios de comunicación que permitan llegar a mayor clientela.

**Tabla 19** *Respuesta a la pregunta 16, ¿Considera que nuestra plataforma online satisface las necesidades de nuestros clientes?*

<b>Respuestas</b>	<b>N° encuestados</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente en desacuerdo	1	8,33%
En desacuerdo	3	25%
Indiferente	3	25%
De acuerdo	2	16,67%
Totalmente de acuerdo	3	25%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

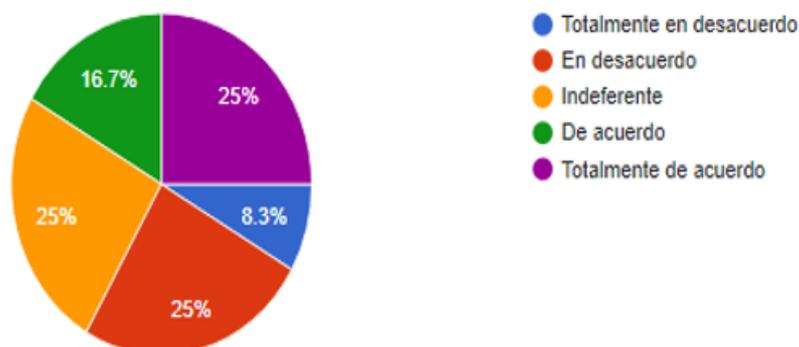
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

**Figura 18** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Considera que nuestra plataforma online satisface las necesidades de nuestros clientes?



12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

### **Análisis**

Con respecto al uso de la plataforma online de Office Systems, el 8.33% del personal opina que definitivamente no satisface las necesidades de los clientes, el 25% dice que no satisface necesidades, el 25% del personal de office Systems opina que duda que satisfaga las necesidades de los clientes, el 16.67% menciona sí satisface, mientras que el 25% dice que definitivamente sí lo hace. Aquí se puede observar que más del 58% del personal no está de acuerdo con que la plataforma satisfaga la necesidad de clientela, por lo que se deben realizar las mejoras del caso a fin de resolver esta problemática.

**Tabla 20** Respuesta a la pregunta 17, ¿Considera que las redes sociales impactan positivamente en el crecimiento empresarial?

Respuestas	N° encuestados	Porcentajes
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
De acuerdo	4	33,33%
Totalmente de acuerdo	8	66,67%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

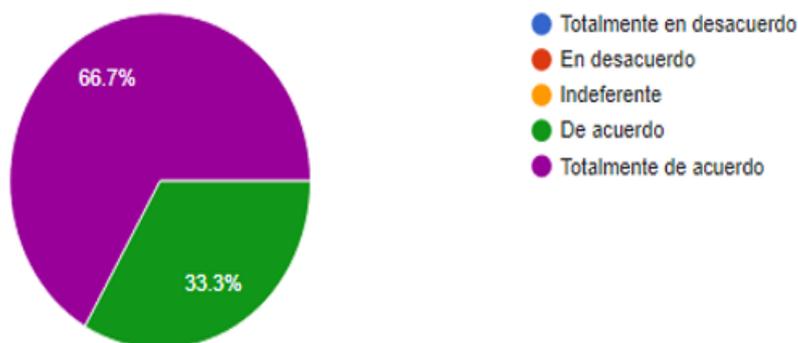
**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

**Figura 19** Encuesta dirigida al personal de Office Systems

¿Considera que las redes sociales impactan positivamente en el crecimiento empresarial?

 Copiar

12 respuestas



**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluiza Sánchez

## **Análisis**

El 33.33% del personal de office Systems indica que las redes sociales impactan positivamente en el crecimiento empresarial, mientras que el 66.67% dice que definitivamente las redes sociales impactan en el crecimiento empresarial. Aquí podemos observar que totalidad del personal de la empresa está de acuerdo con el uso de redes sociales, ya que son la vía para el desarrollo y crecimiento empresarial.

### ***4.1.5 Objetivo General***

Elaborar una propuesta de mejora del marketing a través de publicidad digital para la empresa Office Systems.

### ***4.1.6 Objetivos específicos y alcance***

Los objetivos específicos indican los pasos que se deben seguir para alcanzar los objetivos generales que se ha propuesto la empresa Office Systems, para ello se ha determinado en una tabla el alcance de cada paso, lo cual se detalla por sí mismo a continuación.

**Tabla 3**

*Alcance de los objetivos específicos de Office Systems*

**Objetivos específicos y alcances**

---

**Indagar la situación actual de la empresa Office Systems y reconocer la ubicación de esta, dentro del mercado competitivo.**

---

Visitar la empresa para la elaboración del cronograma de reuniones personales con los empleados

Realizar entrevistas con todo el personal para reconocer la ubicación de esta en el mercado competitivo.

Solicitar a la empresa la base de datos de los clientes.

Diseñar la encuesta de satisfacción para los clientes

Difusión y aplicación la encuesta virtual.

---

**Proyectar estrategias nuevas de marketing para el desarrollo favorable de la empresa.**

---

Elaborar el diagnóstico situacional de la empresa.

Diseñar la encuesta.

Aplicar la encuesta virtual.

Tabulación y análisis de la encuesta tanto de los clientes como de los colaboradores.

Socialización de resultados.

Elaboración de la matriz FODA a partir de los resultados obtenidos de las encuestas.

---

**Realizar un plan de acción, donde se puedan alcanzar todas las estrategias de marketing favorables que se puedan regir a esta empresa, mejorando así su especialización en esta área.**

---

Diseño y elaboración de un plan de mejora.

Socialización del modelo de mejora.

Implementación del plan de mejora.

---

**Fuente:** Información obtenida de Office Systems

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez.

#### ***4.1.7 Metodología actual del proyecto***

La metodología empleada en el presente proyecto utilizará distintas herramientas, técnicas e instrumentos que fueron mencionadas en el capítulo I, mismas que han sido contrastadas mediante entrevistas y encuestas dirigidas al personal de Office Systems así como también a los clientes de la empresa. En cuanto a la metodología del proyecto se utilizó el modelo cascada, también conocido como waterfall o SDLC, (Team Asana, 2022), que consiste en realizar los trabajos de manera secuencial, es decir que para comenzar una tarea primero se debe terminar la anterior, ya que tienen dependencia una de la otra, de esta manera se garantiza el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Este tipo de metodología usualmente se la representa mediante diagramas de flujo o diagramas de Gantt que detallan procesos a seguir representados en forma de cascada, es un modelo tradicional pero muy empleado en proyectos grandes, ya que permiten visualizar los detalles del paso a paso de los procesos que se llevan a cabo para el desarrollo del proyecto (Laoyan, Qué es la metodología waterfall y cuándo utilizarla, 2022) Además, en el presente proyecto se aplicó el uso del coeficiente Alfa de Cronbach y la técnica de observación directa que se utilizó en el análisis y recolección de datos de las encuestas, mismas que se aplicaron de manera virtual, en donde muestra la realidad que atraviesa actualmente el departamento de marketing de Office Systems y que tiene

por finalidad aplicar un plan de mejora que ayude a potencializar el marketing del departamento en mención.

#### **4.1.8 Fases**

La modelo cascada o waterfall es un método que tiene diferentes fases y cada una comienza con el término de la fase anterior. Se podría ejemplificar de la siguiente manera: en Office Systems antes de fabricar un mobiliario primero se parte de un patrón o modelo establecido, para lo cual se deben adquirir los materiales necesarios que se utilizarán para posteriormente realizar la construcción y ensamblaje del mobiliario (Laoyan, 2022)

El modelo waterfall tiene la fase de los requerimientos, la etapa del desarrollo del software o sistema, etapa de implementación, pruebas, y finalmente la fase del desarrollo y mantenimiento del software empleado en el proyecto. (Laoyan, Qué es la metodología waterfall y cuándo utilizarla, 2022)

#### **4.1.9 Fase Preactiva**

**Fase de los requerimientos.** Es el inicio en donde el personal de la empresa brinda toda la información posible que garantice el éxito del trabajo de investigación que se está realizando en la empresa Office Systems. En esta fase hay que prestar mucha atención a los detalles ya que cada tarea va en secuencia, es decir en forma de cascada por lo que exige la atención al momento de realizar el plan de trabajo para que los diseñadores conozcan qué se va a realizar en cada etapa sin dejar ideas sueltas que creen confusión. Además, se utilizará el tiempo suficiente para

la elaborar la planificación, incluyendo detalles sobre las dependencias, los recursos con los que cuenta la empresa y el detalle de los tiempos que debe durar cada etapa. (Laoyan, 2022)

**Fase del diseño del sistema.** Es el momento en el que se desarrolla el programa, aquí se debe indicar la tecnología a utilizar, así como el hardware, el lenguaje de programación el entorno o interfaz de la página. Aquí el programador debe realizar un borrador sobre cómo va a funcionar el software y otra parte del equipo debe documentar el avance diario del diseño ya que todo este proceso es parte del modelo waterfall o cascada (Laoyan, 2022).

## 4.2 Diseño de la mejora

**Tabla 4**

*Diseño del plan de mejora parte 1*

### **Plan de Trabajo**

**Departamento de Marketing de Office Systems**

**Responsable del plan de trabajo:** Ing. Morela Anchaluisa

---

Acción de mejora	Tareas	Recursos			Tiem	Responsabl	Evaluació n
		Hu ma no	Ma ter ial	Fun cio nal	po Límit e		

---

---

**Elaborado por:** Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

	• Visitar la empresa para elaborar el cronograma de reuniones	X		X			
	• Realizar entrevistas con el personal						Entrevistas
	• Solicitar la base de datos de los clientes						s
	• Elaborar el diagnóstico situacional de la empresa	X	X	X			
Proyectar	• Diseñar la encuesta de satisfacción para el cliente						Seguimien
nuevas	• Difusión y aplicación de la encuesta virtual	X			5		to del
estrategias	• Tabulación y análisis de la encuesta tanto de los clientes					Morela	trabajo
de	como de los colaboradores	X		X	sema	Anchaluisa	
marketing	• Socialización de los resultados				nas		Auditorías
		X	X	X			
							Reuniones
		X	X	X			
		X		X			

---

X

X

**Tabla 5**

*Diseño del plan de mejora parte 2*

**Plan de Trabajo**

**Departamento de Marketing de Office Systems**

**Responsable del plan de trabajo:** Ing. Morela Anchaluisa

---

**Tareas**

**Recursos**

Acción de mejora		Hu ma no	Ma ter ial	Fun cio nal	Tiem po límite	Responsabl e	Evaluació n
Realizar un plan de acción para alcanzar estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaboración de la matriz FODA a partir de los resultados obtenidos en la encuesta</li> <li>•Diseño y elaboración de un plan de mejora</li> </ul>	X		X	15	Morela Anchaluisa y personal de office Systems	Trabajo en equipo
Diseño de página Web	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaboración de un borrador o esqueleto de la función del software</li> <li>•Elaboración de la página web</li> <li>•Socialización del modelo de mejora</li> </ul>	X	X	X	15	Morela Anchaluisa y Programador es web	Buzón de sugerenci as

Mejorar el marketing digital de Office Systems	• Implementación del plan de mejora	X	X	X	4	Programador	Auditorias
	• Mantenimientos preventivos de la página web	X	X	X	semanas	es web	Reuniones de trabajo

---

**Elaborado por:** Ing. Morela Alexandra Anchaluisa Sánchez

#### **4.2.1 Fase activa**

**Fase de implementación.** En esta etapa se ejecuta el diseño del software, que fue diseñado previamente según las necesidades de la empresa. Aquí estarán encargados los programadores de realizar la página web de Office Systems, para lo cual emplearán el borrador que ya realizaron donde deberán seguir paso a paso lo planificado en el diseño. (Laoyan, 2022)

**Fase de pruebas.** En este momento los programadores han concluido con el diseño de la página por lo que preceden a entregar el software a la empresa para que se realicen las pruebas del mismo. En este punto siguiendo el modelo waterfall, los responsables deben estar atentos al desenvolvimiento del software y a las novedades encontradas, tomar apuntes para luego sugerir la corrección de errores, mismas que lo realizarán los diseñadores de la página. Aquí debe quedar resuelto todo y la página debe pasar por el control de calidad. (Laoyan, 2022)

**Fase de desarrollo.** En este punto se ha implementado el software para los clientes, ya se encuentra en uso la página web y todo lo que se ha diseñado según el modelo plantado para la página. Los clientes pueden dar recomendaciones o sugerencias sobre la página y el gerente debe documentar los mismos a fin de dar un buen servicio y realizar alcances o correcciones según la necesidad de la empresa. A partir de esto el software ya se encuentra activo tanto para los miembros de la organización como para los clientes. (Laoyan, 2022)

## **4.3 Mecanismos de control**

### **4.3.1 Fase postactiva**

En esta etapa como su nombre lo indica es cuando todo el plan de mejora se ha ejecutado en su totalidad, aquí se deben tomar en cuenta todos los mecanismos de control para el buen uso y funcionamiento del sistema que se ha creado.

**Fase mantenimiento.** Una vez ejecutado el plan de mejora, se debe cuidar el desenvolvimiento de la página o sistema, puede existir algún inconveniente en el camino, para lo cual se debe reportar el problema a sistemas, para que se hagan las correcciones o actualizaciones pertinentes. También en este punto se deben coordinar los mantenimientos respectivos para el buen uso y desarrollo de la página.

## **Capítulo V: Sugerencias**

### **5.1 Conclusiones**

La empresa Office Systems, es un tipo de organización que en la actualidad se dedica a la venta de mobiliarios médico y de oficina, ha sido una empresa que ha venido funcionando exitosamente a lo largo de éstos 25 años en la ciudad de Riobamba. En el camino ha venido adoptando cambios tanto en su servicio, así también en su personal, en la infraestructura y en su forma de organización empresarial buscando siempre la mejora continua.

Tras haberse realizado un diagnóstico organizacional se encontraron fortalezas, pero también debilidades que posee la misma. Entre uno de los puntos que más importantes por mejorar está el departamento de marketing de la empresa, mismo que se ha podido evidenciar mediante entrevistas y encuestas de satisfacción que existe un nivel bajo sobre la publicidad digital que maneja la empresa, ya sea para brindar sus servicios o para ofertar productos.

Hoy en día la forma más rápida de llegar a los clientes potenciales es a través del marketing digital, ya que es una herramienta importante para atraer nuevos clientes, esto se ha convertido en un modelo de comercialización exitoso, que ha hecho que muchas empresas poco conocidas acaparen un lugar importante en el comercio mundial. Por lo tanto, queda demostrado que el uso los medios tecnológicos, asociados a un buen manejo del marketing impactan positivamente en la liquidez empresarial y por consiguiente a sus ganancias.

Por lo antes mencionado, y en respuesta a las necesidades que posee la empresa Office Systems se ha implementado un plan de mejora que consiste en la elaboración de una página web empresarial, la misma que ayudará a promocionar el marketing y a atender nuevos clientes por ese medio, solucionando así las dificultades que han presentado en este departamento.

## 5.2 Recomendaciones

- Es recomendable que en una empresa se realice de forma habitual mínimo un diagnóstico anual con la finalidad de prevenir riesgos que afecten el éxito organizacional.
- Es importante actualizar al personal que maneja el marketing con nuevas estrategias de mercado, fomentando no únicamente el servicio físico sino también online.
- Se recomienda aplicar escalas de valoración en cuanto a la atención que reciben los clientes.
- Supervisar que se cumplan cada punto que se propuso en el plan de mejora para Office Systems.
- Incorporar un buzón de sugerencias tanto en la empresa como de forma virtual.

## Bibliografía

Alacaraz Rodríguez, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. México: McGraw-Hill.

Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://www.stodomingo.ut  
e.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-  
8/TEXTO\_GUIA\_1\_El\_e\_m\_p\_r\_e\_n\_d\_e\_d\_o\_r\_de\_E\_x\_i\_t\_o.pdf

Alvarez, J. (27 de julio de 2021). *DEFINICIÓN Y SELECCIÓN DE PROPUESTAS*

*DE MEJORAS*. Obtenido de Clubensayos.com:  
[https://www.clubensayos.com/Negocios/DEFINICI%C3%93N-Y-  
SELECCI%C3%93N-DE-PROPUESTAS-DE-MEJORAS/5336097.html](https://www.clubensayos.com/Negocios/DEFINICI%C3%93N-Y-SELECCI%C3%93N-DE-PROPUESTAS-DE-MEJORAS/5336097.html)

Castañeda Armas, N. P. (16 de agosto de 2019). *El Plan de Marketing*. Obtenido

de Foroalfa.org: <https://foroalfa.org/articulos/el-plan-de-marketing>

Coca Carasila, A. (2009). *El concepto de Marketing: pasado y presente*. Obtenido

de Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de  
Ciencias Económicas y Sociales:  
<https://doi.org/10.31876/rcs.v14i2.25407>

Edu.ar. (13 de abril de 2023). *Recuperado: Propuestas de mejora de procesos*.

Obtenido de <https://patgu.eco.catedras.unc.edu.ar/>: de  
[https://patgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-3/propuestas-de-mejora-  
de-procesos/](https://patgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-3/propuestas-de-mejora-de-procesos/)

Edu.pe. (13 de abril de 2023). *Recuperado: Definición de estrategias de*

*marketing*. Obtenido de [https://www.esan.edu.pe:](https://www.esan.edu.pe/)  
[https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/definicion-de-estrategias-de-  
marketing](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/definicion-de-estrategias-de-marketing)



magazine Ceupe. (3 de noviembre de 2019). *Historia y claves del Marketing*.

Obtenido de magazine Ceupe: <https://www.ceupe.com/blog/historia-claves-marketing.html>

magnet. (20 de mayo de 2016). *11 empresas que renacieron de sus cenizas*.

Obtenido de magnet.xataka.com: <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/11-empresas-que-renacieron-de-sus-cenizas>

MailChimp. (s/f). *La mezcla de mercadotecnia y los 7 elementos del marketing*.

Obtenido de MailChimp: <https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/marketing-mix-7ps/>

Muñiz, R. (2018). *Marketing en el siglo XXI*. Colombia: McGraw Hill.

P, K., & G, A. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Education.

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (21 de abril de 2008). *Definición de Marketing*.

Obtenido de <https://definicion.de>: <https://definicion.de/marketing/>

Portal de Estrategia y Marketing. (s.f.). *Recuperado: ¿Qué es marketing?*

Obtenido de el marketing: [//www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/definici%C3%B3n-de-marketing/](http://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/definici%C3%B3n-de-marketing/)

Rae. (s/f). *Precio*. Obtenido de Rae.es: <https://dle.rae.es/precio>

Real Academia Española. (s/f). *Promoción*. Obtenido de Raes.es:

<https://dle.rae.es/promoci%C3%B3n>

Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Palmir E.I.R.L.

S. Jesús. (9 de enero de 2023). *Marketing Mix: ¿Qué es y por qué es importante para tu empresa?* Obtenido de Economía3:  
<https://economia3.com/marketing-mix/>

Seco, M. (19 de octubre de 2017). *¿Qué es un plan de marketing?* . Obtenido de Emprendepyme:  
<https://emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-marketing.html>

Setalent. (26 de mayo de 2022). *Propuestas de mejora para una Empresa.* Obtenido de SetalentConsultoría:  
<https://setalentconsultoria.com/propuestas-de-mejora-para-una-empresa/>

Sordo, A. (03 de octubre de 2022). *Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos.* Obtenido de Hubspot.es:  
<https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad>

Team Asana. (16 de noviembre de 2022). *Las 12 metodologías más populares para la gestión de proyectos.* Obtenido de asana.com:  
<https://asana.com/es/resources/project-management-methodologies>

Thompson, I. (13 de abril de 2023). *Recuperado: El CONCEPTO DE MARKETING.* Obtenido de MarketingIntensivo.com:  
<https://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/concepto-marketing.html>

TN Tiempo de Negocios. (15 de noviembre de 2017). *Todo lo que necesitas saber sobre Philip Kotler Marketing.* Obtenido de Tiempo de Negocios:  
<https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/>

Valda, J. (16 de septiembre de 2017). *El Plan Estratégico de Marketing*. Obtenido de Grandes Pymes: <https://www.grandespymes.com.ar/2017/09/16/el-plan-estrategico-de-marketing/>

## 5.4 Anexos

### Diseño de las encuestas del cliente

Preguntas Respuestas 20 Configuración

# Encuesta dirigida a los clientes de Office System

**B** *I* U  

Descripción del formulario

**Edad \***

- menos de 30
- entre 30 y 35 años
- entre 36 y 40 años
- más de 40 años

**Género \***

- Masculino
- Femenino



¿Considera que nuestro producto o servicio cubre sus expectativas? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Considera que el precio del producto o servicio va de acorde con los beneficios que le brinda? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Considera que nuestra tienda es de fácil acceso? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Considera que nuestro servicio de envío de mercadería es rápido? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo

¿Considera que nuestro servicio de envío de mercadería cubre sus necesidades? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Considera que el precio es el adecuado para el producto o servicio que ofrecemos? \*

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Considera que existe relación entre el precio y la calidad del producto o servicio que ofrecemos?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo



¿Cómo calificaría la calidad del producto o servicio que ofrecemos?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo



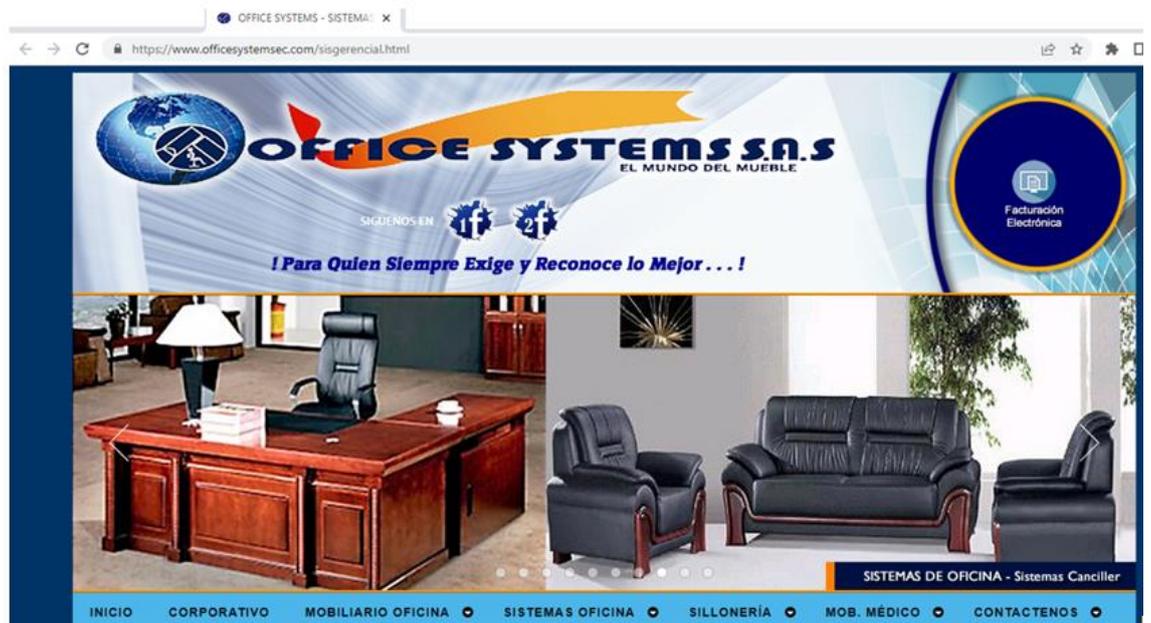
¿Cómo calificaría la presentación del producto o servicio que ofrecemos?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

¿Cómo calificaría a nuestras plataformas online de venta?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Foto del diseño de la página Web



Fotos de la empresa





**SUCURSAL AMBATO**



**SUCURSAL RIOBAMBA**