



**Alumno: Aracely Matías Díaz**

**Profesor: Ing. Darely Eunice Santizo Gutiérrez**

**Actividad: Plan estratégico**

**Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas**

**Grado: 9° Cuatrimestre/LAE**

**Grupo: "A"**

Frontera Comalapa Chiapas a 12 de Junio de 2021.

## **AGUA ELECTRO PURA SAN MIGUEL**

### **Misión**

Producir y vender agua purificada de buena calidad y a un precio justo, mediante la estricta supervisión en cada proceso de producción, con el objetivo de mantener a los clientes satisfechos.

### **Visión**

Ser una empresa que genere confianza y sea reconocida por todos como una organización que se preocupa cada día por ofrecer siempre calidad y un excelente servicio.

### **Valores**

Aspiramos a que en cada uno de los que somos colaboradores prevalezcan los valores

**ESPÍRITU DE SERVICIO:** servicio ágil, cordial, eficiente y de máxima seguridad.

**HONESTIDAD:** Promovemos entre nosotros y los demás, estándares éticos y profesionales.

**RESPECTO:** respeto mutuo como pilar fundamental de las relaciones que se establecen dentro de la organización.

**CALIDAD:** trabajo bien hecho desde el principio, damos lo mejor de nosotros y buscamos siempre soluciones efectivas.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL:** sensibles a las preocupaciones y demandas de todos los que interactuamos de forma cotidiana, con nuestro trabajo diario contribuimos al bienestar social.

**MEDIO AMBIENTE:** buscamos contribuir a la creación de un medio ambiente sano y promovemos el cuidado de recursos naturales.

## ANÁLISIS INTERNO

### Matriz de valuación de Factores Internos (fortalezas y debilidades)

Matriz de valuación de Factores Internos (fortalezas y debilidades)						
FACTORES CLAVE	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Marca reconocida en la ciudad	0.2	4	0.8			
Servicios a domicilio	0.1	3	0.3			
Capital humano abierto al cambio	0.02	3	0.06			
Instalaciones seguras e higiénicas	0.05	4	0.2			
Venta a empresas grandes	0.1	4	0.4			
Falta de autos de reparto				0.1	3	0.3
Falta de mantenimiento de equipo				0.1	2	0.2
Bajo control de calidad				0.09	2	0.18
Falta planeación en labores				0.07	1	0.07
Falta de empleados				0.1	1	0.1
<b>Total</b>			<b>2.61</b>			

## ANÁLISIS EXTERNO

### Matriz de valuación de Factores Externos (oportunidades y amenazas)

Matriz de valuación de Factores Externos (oportunidades y amenazas)						
FACTORES CLAVE	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
Llegar a nuevos clientes	0.1	4	0.4			
Conseguir precio de materia prima	0.01	2	0.02			
Promociones por más de 10 garrafones	0.1	4	0.4			
Descuento a clientes frecuentes	0.01	3	0.03			
Crear nueva presentación de productos	0.1	3	0.3			
Entrada de competidores nuevos				0.1	2	0.2
Cambio en las políticas de rec. Naturales				0.03	2	0.06
Crecimiento lento				0.1	1	0.1
Agotamiento de agua				0.03	2	0.06
Aumento de precio en materia prima				0.1	3	0.3
<b>Total</b>			<b>1.87</b>			

### **Matriz de evaluación de factores internos**

La puntuación ponderada más alta para una organización es de 2.70 y la más baja de 1.80, la matriz realizada en la empresa Agua Electro Pura San Miguel nos dio una calificación ponderada de 2.61 lo que nos indica que la organización responde de manera promedio en las fortalezas y debilidades, se podría decir que está aprovechando las fortalezas internas.

### **Matriz de evaluación de factores externos**

La puntuación ponderada más alta para una organización es de 2.70 y la más baja de 1.80, la matriz realizada en la empresa Agua Electro Pura San Miguel nos dio una calificación ponderada de 1.87 indicando que la organización responde débil de manera externa en oportunidades y amenazas.

### **Desarrollo de objetivos generales**

- ✓ Contar con los equipos sofisticados industriales para ofrecer un producto de calidad y a bajo costo.
- ✓ Producir con estándares de calidad emitidos por salubridad.
- ✓ Distribuir agua purificada a todos los rincones de la ciudad.
- ✓ Contar con personal con experiencia y capacitados para brindar un mejor servicio.
- ✓ Lograr posicionar nuestro producto en el mercado después de conocer su entorno, siendo el proveedor número 1.

## **Desarrollo de estrategias**

### A CORTO PLAZO:

- Lanzamiento del producto a un menor costo que nuestro competidor, para lograr posicionarnos en el mercado.
- Implementar tecnología para combatir la falta de personal.

### A MEDIANO PLAZO:

- Abarcar el mercado regional y específicamente en zonas de carencias de agua potable.
- Aumentar el número de vehículos de reparto.

### A LARGO PLAZO:

- Diversificar el mercado con diferentes presentaciones en tamaños del agua purificada.

## **Conclusiones**

Con este plan estratégico bien ejecutado se lograrán maravillas, dedicándole el tiempo que requiera su elaboración e implementación, seremos capaces de mantener a la empresa en el camino adecuado para alcanzar el éxito.