

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: MIFI



Propuesta de un plan estratégico para el emprendimiento MiFi, en la ciudad de Fusagasugá

Angye Daniela Buitrago Godoy

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

junio de 2024

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: MIFI

Propuesta de un plan estratégico para el emprendimiento MiFi, en la ciudad de Fusagasugá

Angye Daniela Buitrago Godoy

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de  
Proyectos

Asesor(a)

Jonnathan Hurtado López

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

junio de 2024

## Contenido

|  |    |
|--|----|
| Lista de tablas.....                           | 7  |
| Lista de figuras.....                          | 8  |
| Lista de anexos.....                           | 9  |
| Resumen.....                                   | 10 |
| Abstract.....                                  | 11 |
| Introducción.....                              | 12 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....             | 13 |
| 1.1 Descripción del problema.....              | 13 |
| 1.2 Pregunta de investigación.....             | 14 |
| 1.3 Los objetivos de investigación.....        | 14 |
| 1.3.1 <i>Objetivo general</i> .....            | 14 |
| 1.3.2 <i>Objetivos específicos</i> .....       | 14 |
| 1.4 Justificación de la investigación.....     | 15 |
| 2. MARCO DE REFERENCIA.....                    | 17 |
| 2.1 Marco de Antecedentes.....                 | 17 |
| 2.2 Marco Teórico.....                         | 18 |
| 2.3 Marco conceptual.....                      | 20 |
| 3. METODOLOGÍA.....                            | 22 |
| 3.1 Enfoque y alcance de la investigación..... | 22 |
| 3.2 Población y muestra.....                   | 22 |

## Planeación estratégica: MiFi

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 3.2.1. | <i>Definición de la población</i> .....                                | 22 |
| 3.2.2. | <i>Cálculo y selección de la muestra</i> .....                         | 23 |
| 3.3.   | Instrumento .....  | 24 |
| 3.4.   | Descripción de procedimientos .....                                    | 25 |
| 3.5.   | Análisis de información .....  | 26 |
| 3.5.1. | <i>Proceso de análisis de la información</i> .....                     | 26 |
| 3.5.2. | <i>Codificación de datos</i> .....                                     | 27 |
| 3.6.   | Consideraciones éticas .....   | 31 |
| 3.6.1. | <i>Análisis de consideraciones éticas</i> .....                        | 31 |
| 4.     | ANALISIS DE DATOS .....  | 32 |
| 4.1.   | Diagnostico organizacional: .....                                      | 32 |
| 4.1.1. | <i>Fortalezas</i> .....  | 32 |
| 4.1.2. | <i>Aspectos internos para mejorar</i> .....                            | 32 |
| 4.1.3. | <i>Oportunidades externas</i> .....                                    | 33 |
| 4.1.4. | <i>Amenazas del entorno competitivo</i> .....                          | 33 |
| 4.2.   | Identificación de los entornos internos y externos .....               | 34 |
| 4.2.1. | <i>Factores internos</i> .....   | 34 |
| 4.2.2. | <i>Factores externos</i> .....   | 34 |
| 4.2.3. | <i>Capacidad de Mifi para enfrentar oportunidades y amenazas</i> ..... | 34 |
| 4.2.4. | <i>Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades</i> ..... | 35 |
| 4.3.   | Identidad organizacional .....   | 35 |

## Planeación estratégica: MiFi

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 4.3.1. | <i>Cultura organizacional</i> .....   | 35 |
| 4.3.2. | <i>Propósito fundamental o razón de ser</i> .....   | 36 |
| 4.3.3. | <i>Valores fundamentales</i> .....  | 36 |
| 4.3.4. | <i>Objetivos estratégicos</i> .....   | 36 |
| 5.     | RESULTADOS Y DISCUSIONES .....  | 38 |
| 5.1.   | Diagnóstico Organizacional: Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. 38 |    |
| 5.1.1. | <i>Estrategias</i> .....  | 39 |
| 5.1.2. | <i>Análisis de la situación</i> .....   | 40 |
| 5.1.3. | <i>Discusión</i> .....  | 41 |
| 5.2.   | Análisis de las Matrices MEFE y MEFI: Identificación de Entornos Internos y Externos. 41      |    |
| 5.2.1. | <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos</i> .....  | 42 |
| 5.2.2. | <i>Matriz de Evaluación de Factores Internos</i> .....  | 44 |
| 5.2.3. | <i>Discusión</i> .....  | 45 |
| 5.3.   | Definición de la identidad organizacional .....   | 46 |
| 5.3.1. | <i>Misión</i> .....   | 46 |
| 5.3.2. | <i>Visión</i> .....   | 47 |
| 5.3.3. | <i>Valores corporativos</i> .....   | 49 |
| 5.3.4. | <i>Metas</i> .....  | 51 |
| 5.3.5. | <i>Objetivos estratégicos</i> .....   | 52 |
| 5.4.   | Discusión .....   | 55 |
| 6.     | RECOMENDACIONES .....   | 56 |

|   |    |
|---|----|
| 7. CONCLUSIONES .....                               | 57 |
| REFERENCIAS .....                                   | 59 |
| ANEXOS .....  | 62 |
| Anexo A: Formato de instrumento de recolección..... | 62 |
| Anexo B: Transcripción de entrevista.....           | 64 |

**Lista de tablas**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Diagnóstico organizacional .....                         | 27 |
| Tabla 2 Identificación de los entornos internos y externos ..... | 28 |
| Tabla 3 Identidad organizacional .....                           | 29 |
| Tabla 4 Matriz EFE.....  | 42 |
| Tabla 5 Matriz EFI.....  | 44 |

**Lista de figuras**

Ilustración 1 Matriz DOFA: MiFi ..... 39

**Lista de anexos**

|   |    |
|---|----|
| Anexo A: Formato de instrumento de recolección..... | 62 |
| Anexo B: Transcripción de entrevista.....           | 64 |

## Resumen

El presente proyecto de grado se enfoca en el desarrollo de un plan estratégico para un proyecto que surgió de manera empírica durante la pandemia, careciendo así de un marco estratégico formal. La falta de un plan estratégico adecuado puede limitar el crecimiento y la sostenibilidad del proyecto a largo plazo. Para abordar esta necesidad, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del entorno externo e interno del proyecto, seguido de una evaluación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA). Además, se implementarán elementos clave como la misión y visión, valores corporativos, metas, objetivos estratégicos y estrategias, esto con el fin de guiar el futuro desarrollo del proyecto. Cabe resaltar que la metodología de investigación se centrará en entrevistas con un enfoque cualitativo dirigido a los fundadores del proyecto con el fin de recolectar información crucial sobre su visión, objetivos y desafíos.

*Palabras clave: Plan estratégico, Análisis DOFA, Entorno externo e interno, Sostenibilidad, Estrategia, Emprendimiento, Diagnostico organizacional, Identidad organizacional*

**Abstract**

The present thesis project focuses on the development of a strategic plan for a project that emerged empirically during the pandemic, thus lacking a formal strategic framework. The absence of an adequate strategic plan may limit the long-term growth and sustainability of the project. To address this need, a comprehensive analysis of the project's external and internal environment will be conducted, followed by an evaluation of strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT). Additionally, key elements such as mission and vision, corporate values, goals, strategic objectives, and strategies will be implemented to guide the future development of the project. It is worth noting that the research methodology will center on qualitative interviews targeting the project founders to gather crucial information about their vision, objectives, and challenges.

*Keywords: Strategic plan, SWOT analysis, External and internal environment, Sustainability, Strategy, Entrepreneurship, Organizational diagnosis, Organizational identity*

## **Introducción**

El presente proyecto de investigación analiza en detalle el emprendimiento MiFi, con el objetivo de generar un plan estratégico que contribuya al mejoramiento de su estructura organizacional. Para ello, se realizaron estudios que logran obtener información que permita evaluar el rumbo de la empresa, la cual ha funcionado de manera empírica y no ha contado con asesoría de expertos, por lo tanto el trabajo de investigación comprende la realización de marcos de referencia que brindan un horizonte al problema, la construcción de una metodología para estudiar la población y muestra, y un análisis de la información obtenida a través de estos estudios, con la finalidad de realizar una síntesis de los datos más significativos para la solución del planteamiento del problema.

Para brindar contexto, se presenta MiFi, un emprendimiento con sede en Fusagasugá, Colombia, que cuenta con una trayectoria de 4 años y se especializa en la oferta de productos de arte pictórico. La estructura organizativa incluye los fundadores, quienes lideran el emprendimiento, y tres artistas encargados del desarrollo del producto artístico. Sin embargo, se ha detectado la falta de un plan estratégico definido, lo que podría tener repercusiones negativas en su desarrollo. La ausencia de un plan estratégico claro podría dificultar la definición de objetivos, el establecimiento de estrategias efectivas y la toma de decisiones acertadas por parte de la empresa.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción del problema

En el contexto actual, los emprendimientos se enfrentan a una serie de desafíos, entre los que se encuentran la competencia, la innovación y la globalización. Para afrontar estos desafíos, es fundamental contar con un plan estratégico que guíe las acciones de la empresa. En Colombia, el emprendimiento es un sector en crecimiento. Según Confecámaras (2023), ‘durante el 2022 se crearon en Colombia 310.731 nuevas empresas, 1% más que en el 2021’ adicional, según Chiavenato (2017) el 90% de las empresas fracasan en los primeros 5 años de operación. Una de las principales causas de este fracaso es la ausencia de un plan estratégico, por lo que es de interés que estas empresas tengan el conocimiento o la asesoría de un experto.

En relación con MiFi, que representa el actor principal del proyecto de investigación, se identifican causas fundamentales, como la carencia de un plan estratégico dentro del emprendimiento. Entre estas causas, se destaca que los fundadores tienen un enfoque empírico, ya que se trata de una empresa familiar que incursionó en el negocio sin contar con experiencia en el ámbito administrativo y estratégico. Como resultado, no han contado con la orientación de un profesional en planificación estratégica, lo que les habría permitido establecer bases sólidas para el desarrollo adecuado de la organización. Es importante resaltar que esta información proviene directamente de los fundadores de la empresa, quienes manifiestan un interés genuino en la implementación de la planificación estratégica.

La carencia de un plan estratégico puede acarrear consecuencias negativas tanto para la empresa como para su entorno, incluyendo la comunidad y los empleados. Al relacionarlo con la problemática específica de MiFi, se perfilan varias posibles consecuencias. Entre ellas se destacan un mayor riesgo de fracaso en los próximos años, un potencial de crecimiento disminuido debido a la falta de una sólida estructura organizacional que respalde la toma de decisiones acertadas, así como una menor rentabilidad y competitividad. A nivel comunitario, la empresa podría dejar de generar empleo, lo que a su vez podría

resultar en una reducción de los ingresos para los empleados. La carencia de un plan estratégico constituye un problema de importancia significativa que puede afectar negativamente a los emprendimientos. En este caso en particular, la variedad de causas del problema y las consecuencias potenciales subrayan la gravedad de la situación

## **1.2 Pregunta de investigación**

¿Qué beneficios tiene implementar un plan estratégico para el emprendimiento MiFi ubicado en la ciudad Fusagasugá?

## **1.3 Los objetivos de investigación**

### ***1.3.1 Objetivo general***

Diseñar un plan estratégico para el emprendimiento Mifi, que contribuya al fortalecimiento de su estructura y competitividad.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

Construir un diagnóstico organizacional, que detecte la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por medio de la matriz DOFA.

Analizar las matrices MEFE y MEFI para la identificación de los entornos internos y externos de la organización.

Identificar la identidad organizacional del emprendimiento MiFi, para la implementación de la misión, visión, valores corporativos, metas y objetivos estratégicos

#### **1.4 Justificación de la investigación**

El emprendimiento MiFi, dedicado a la comercialización obras pictóricas, ha demostrado su resiliencia al surgir durante la pandemia. Sin embargo, su enfoque empírico y la falta de una planificación estratégica sólida han limitado su potencial de crecimiento y competitividad. Por lo tanto, se propone llevar a cabo un proyecto de investigación con el objetivo de diseñar un plan estratégico integral que fortalezca la estructura de MiFi y le permita enfrentar los desafíos del mercado.

La justificación para este proyecto se basa en la necesidad de orientación estratégica ya que la ausencia de un plan formal dificulta la toma de decisiones acertadas, la asignación de materia prima y el cumplimiento de los objetivos a largo plazo. Por otra parte, en un mercado cada vez más competitivo, es importante que MiFi se posicione de manera efectiva, el plan estratégico permitirá identificar oportunidades para diferenciarse de la competencia y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Este proyecto de investigación no solo beneficiará al emprendimiento MiFi, sino que también tendrá un impacto positivo en múltiples áreas como el fortalecimiento empresarial, al diseñar un plan estratégico sólido, MiFi podrá optimizar sus actividades, mejorar su eficiencia y aumentar rentabilidad, esto contribuirá directamente al crecimiento y estabilidad de la empresa. Además, que los usuarios estarán satisfechos, ya que la organización comprenderá las necesidades y expectativas de sus clientes, puesto a que, al implementar estrategias centradas en el usuario, se fortalecerá la relación con los compradores, generando satisfacción y fidelidad.

En cuanto al entorno externo al proyecto, también se generan aspectos positivos como la contribución a la economía local, al crecer la organización generará empleos, estimulará la economía local y contribuirá al desarrollo sostenible de la región. Finalmente, el desarrollo de la Investigación de este proyecto contribuirá al conocimiento en el campo de los planes estratégicos para emprendimientos artísticos. Los hallazgos y metodologías podrán compartirse con la comunidad académica y empresarial, fomentando la investigación y el aprendizaje continuo.

En resumen, este proyecto de investigación tiene como objetivo beneficiar el emprendimiento de una dirección estratégica sólida, fomentando su crecimiento y asegurando su éxito en el mercado, además que no solo beneficiará a MiFi como empresa, sino que también tendrá un efecto positivo en sus usuarios, la economía local, el sector cultural y el avance de la investigación en el área de emprendimientos artísticos.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1. Marco de Antecedentes

Según García (2017), menciona que el marco de antecedentes son todos aquellos archivos, proyectos o documentos de investigación que tengan relación con los objetivos y tema que se investiga.

A continuación, se definen los antecedentes relacionados con el proyecto, esto con el objetivo de establecer información que aporte al desarrollo de la misma.

‘Propuesta de plan estratégico para la empresa distribuciones mi cacharro S.A.S’. desarrollado por Paula Andrea Ramírez Pescador, de la Universidad Libre Seccional Pereira, según el trabajo mencionado, se detectaron los siguientes elementos:

**Problema:** La empresa Distribuciones Mi Cacharro S.A.S, una empresa importadora de productos en Pereira, Colombia, enfrenta desafíos para su crecimiento. Necesita un plan estratégico que le permita aprovechar las oportunidades del mercado y superar las amenazas.

**Metodología:** Se realizó un estudio cualitativo y descriptivo para analizar el entorno interno y externo de la empresa.

**Resultados:** El entorno externo presenta oportunidades, como el crecimiento del consumo de productos importados y la entrada de nuevos mercados. Sin embargo, también presenta amenazas, como la alta competencia y los cambios impositivos. El entorno interno presenta fortalezas, como la variedad de productos y el servicio al cliente. Aun así, presenta debilidades, como los procesos empíricos, la falta de imagen y la dificultad para tomar decisiones rápidas.

**Conclusiones:** La empresa debe mejorar sus canales de comunicación con los clientes, ver la competencia como una oportunidad y crear alianzas estratégicas

Por otro lado, se seleccionó el siguiente proyecto: 'Planeación estratégica Carlos Enrique Moreno Rey.' Desarrollado por María Camila Archila Mejía, Santiago Moreno Mendoza, de la Universidad Santo Tomás, según el trabajo mencionado, se detectaron los siguientes elementos:

**Problema:** La empresa enfrenta desafíos para mejorar su desempeño. Necesita un modelo de planeación estratégica que le permita identificar sus fortalezas y debilidades, y tomar decisiones acertadas.

**Metodología:** Se realizó un estudio cualitativo para analizar el entorno interno y externo de la empresa.

**Resultados:** Demostraron que la empresa tiene fortalezas en su personal, tecnología y competencia. Sin embargo, tiene debilidades en su composición accionaria, gestión financiera y comunicación corporativa. Además, el entorno externo presenta oportunidades, como la creciente demanda de servicios odontológicos y la entrada de nuevos mercados. Sin embargo, también presenta amenazas, como la competencia creciente y la alta rotación de clientes.

**Conclusiones:** La empresa debe mejorar su composición accionaria, gestión financiera y comunicación corporativa para aprovechar las oportunidades y superar las amenazas.

Los proyectos de investigación sobre estas dos empresas obtuvieron resultados positivos, ya que permitieron conocer la situación actual y generar bases sólidas para la planeación estratégica. En general, los proyectos de investigación fueron exitosos en su objetivo de proporcionar información y recomendaciones útiles.

## 2.2. Marco Teórico

El marco teórico según Daros (2002) es una sección importante que proporciona una comprensión profunda del contexto y los conceptos clave relacionados con el tema de estudio, tiene como objetivo

ayudar a los investigadores a identificar las variables que deben ser consideradas en el análisis de un estudio de factibilidad. En este trabajo se hace énfasis de bases teóricas de la planeación estratégica, tomando como referencias el concepto de diferentes autores.

En cuanto al concepto de la planeación estratégica, para Lerma, A. E., & Juárez, S. B. (2012). La planificación estratégica es un proceso administrativo que se lleva a cabo en las empresas y/o emprendimientos para definir los objetivos a largo plazo y las estrategias para alcanzarlos. Este proceso implica una evaluación del entorno interno y externo de la organización, así como la definición de una misión, visión y valores corporativos, todo este proceso se hace con el fin de garantizar estabilidad y en lo posible evitar fracasos o la toma de decisiones incorrectas.

Por otra parte, para Chiavenato (2017), es una herramienta fundamental utilizada por las organizaciones para establecer una dirección clara y alcanzar sus objetivos. Afirma que no es solo una herramienta de predicción, sino una guía para la toma de decisiones diarias que afectan el futuro de la empresa.

El propósito que tiene la planeación estratégica para Jaramillo, S. A., & Tenorio Delgado, J. A. (2019), consiste en guiar a las organizaciones a la construcción de bases sólidas a nivel estratégico y competitivo. Este proceso ayuda a definir objetivos a largo plazo, desarrollar las estrategias para alcanzarlos y asignar los recursos necesarios para su implementación.

En cuanto a los objetivos que tiene el plan estratégico para las empresas PYMES, Moreta, M. (2018). Establece que son una herramienta útil para este tipo de empresas, ya que tienen como objetivo establecer visión y misión donde la visión define hacia dónde se quiere llevar la empresa en el futuro, mientras que la misión explica su razón de ser, ambas guían las acciones y valores de la organización, también tiene la capacidad de evaluar el entorno y la capacidad interna de la empresa. Identificar oportunidades y amenazas externas, así como debilidades y fortalezas internas, finalmente permite estudiar a detalle el diagnóstico de la situación, con el fin de establecer objetivos realistas considerando

los recursos disponibles y así logrando un análisis completo de los aspectos más relevantes de la organización.

Los pasos por seguir para el proceso de elaboración de un plan estratégico según González Millán, J. J., & Rodríguez Díaz, M. T. (2019). Son:

1. Análisis del entorno: la organización evalúa su entorno interno y externo para identificar las oportunidades y amenazas que enfrenta, se puede ayudar por medio de matrices que evalúen los entornos de la empresa.
2. Definición de la misión, visión y valores corporativos: define su propósito, identidad organizacional, estado del futuro deseado y sus principios fundamentales.
3. Establecimiento de objetivos estratégicos: se definen los objetivos a largo plazo que desea alcanzar.
4. Desarrollo e implementación de estrategias: la empresa desarrolla las estrategias para alcanzar los objetivos estratégicos.
5. Seguimiento y evaluación: En este paso, la organización sigue el progreso de las estrategias y realiza los ajustes necesarios.

La planificación estratégica es un proceso complejo que requiere la participación de todos los niveles de la organización. Es importante que cuente con un equipo de planificación experimentado que pueda guiar el proceso y garantizar que se alcancen los objetivos.

### **2.3. Marco conceptual**

Según Arocena (S.f), el marco conceptual es un conjunto de ideas o conceptos que se utilizan para proporcionar una comprensión clara y estructurada de un problema o situación específica. En un estudio de factibilidad, el marco conceptual se utiliza para establecer conceptos de la base teórica del proyecto, es decir que el marco conceptual proporciona una guía acerca lo que el investigador pretende estudiar, este

marco muestra la definición de una serie de categorías o términos que se utilizan a lo largo del trabajo esto permite la comprensión de las bases del documento.

**Planeación estratégica:** Según Ortiz. M. (2017), es un proceso continuo que permite a las organizaciones definir objetivos a largo plazo y las estrategias para alcanzarlos. Este proceso implica una evaluación del entorno interno y externo de la organización, así como la definición de una misión, visión y valores corporativos.

**Misión:** Según Thompson, I. (2006), es la declaración del propósito de una organización. Es una descripción general de lo que la organización hace y por qué existe. La misión debe ser clara, concisa y fácil de recordar.

**Visión:** Según Thompson, I. (2006). es la declaración del estado futuro deseado de una organización. Es una descripción de lo que la organización quiere ser en el futuro. La visión debe ser inspiradora y motivadora.

**Valores corporativos:** Según Chaparro, F. (2015). son los principios fundamentales que guían el comportamiento de una organización. Son los estándares que la organización se compromete a cumplir. Los valores corporativos deben ser claros, concisos y consistentes con la misión y la visión de la organización.

**Objetivos estratégicos:** para Lorenzo, A. (2012). son los resultados específicos que una organización quiere alcanzar a largo plazo. Los objetivos estratégicos deben ser SMART, es decir, específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales.

**Estrategias:** Montuschi, L. (2008). Afirma que son los planes de acción que las organizaciones utilizan para alcanzar sus objetivos estratégicos. Las estrategias deben ser coherentes con la misión, la visión y los valores corporativos de la organización.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque y alcance de la investigación

Para el enfoque de este proyecto se ha decidido que será cualitativo, se ha establecido una investigación dirigida a comprender en profundidad la dinámica interna y las percepciones dentro de la empresa. El objetivo principal es capturar las voces y perspectivas de los empleados y líderes, así como identificar los valores fundamentales y las áreas de mejora en relación con la planeación estratégica. Este enfoque permitirá explorar los contextos, significados y motivaciones que subyacen en los procesos de toma de decisiones estratégicas, brindando una visión holística de la cultura organizacional y los desafíos estratégicos que enfrenta la empresa.

En cuanto al alcance de la investigación este es descriptivo, según el proceso de la investigación, por Malhotra (2016), la investigación descriptiva ‘tiene como principal objetivo describir algo, por lo regular, las características o funciones del mercado’ razón por la cual, se contempla una investigación detallada de los diversos aspectos de la planeación estratégica. Esto incluirá la descripción de los procesos involucrados en la formulación, implementación y evaluación de estrategias organizacionales. Se abordarán aspectos como la identificación de objetivos, análisis de entorno y seguimiento de resultados, proporcionando una comprensión clara y completa de las prácticas estratégicas empleadas en el emprendimiento

#### 3.2. Población y muestra

##### 3.2.1. *Definición de la población*

**Población objetivo:** La población objetivo de este proyecto es el equipo de trabajo de la empresa MiFi, que comprende a los dos fundadores que lideran la empresa y los tres artistas.

**Características de la población objetivo:** Está compuesta por los dos fundadores de Mifi, quienes desempeñan roles de liderazgo y toma de decisiones clave dentro de la organización. No se consideran características sociodemográficas relevantes, ya que el enfoque está en su posición dentro de la empresa y su implicación en la falta de planificación estratégica,

### 3.2.2. *Cálculo y selección de la muestra*

**Tamaño de la muestra:** La muestra consistirá en los dos fundadores de Mifi, lo que implica un total de dos participantes.

**Técnica de selección:** La selección de los participantes se realizará mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que los fundadores son los individuos más relevantes para entender la falta de planificación estratégica en la empresa y su implementación.

#### **Criterios de inclusión:**

- Ser uno de los fundadores de la empresa Mifi.
- Desempeñar un rol activo en el liderazgo y la toma de decisiones de la empresa.
- Estar dispuesto a participar voluntariamente en la investigación.

#### **Criterios de exclusión:**

- No ser fundador de la empresa Mifi.
- No tener un rol significativo en el liderazgo y la toma de decisiones de la empresa.
- No estar dispuesto a participar voluntariamente en la investigación.

### 3.3. Instrumento

El instrumento de recolección de información adecuado para el proyecto será la entrevista, tiene como objetivo recopilar información detallada sobre la falta de planificación estratégica en la empresa MiFi, así como obtener percepciones y opiniones de los dos líderes fundadores sobre los desafíos y oportunidades relacionados con la implementación de la misma.

**Estructura:** La entrevista estará estructurada en preguntas abiertas y semiestructuradas, permitiendo una conversación fluida y la posibilidad de explorar temas emergentes.

**Categorías:**

- Situación actual de la empresa MiFi.
- Percepciones sobre las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- Conocimiento del entorno interno como externo para la implementación de la planificación estratégica.
- Expectativas y objetivos para el desarrollo de la planificación estratégica.

**Variables:** Las variables a explorar incluyen la comprensión de los líderes sobre la planificación estratégica, sus percepciones sobre la situación actual de la empresa, así como los obstáculos y facilitadores para implementarla.

**Formato:** La entrevista se realizará de virtual, según la disponibilidad y preferencia de los participantes. Se podrían utilizar herramientas tecnológicas como videollamadas para facilitar la entrevista si fuera necesario. Se utilizará un formato físico o digital (por ejemplo, un documento de Word o Google Docs) para registrar las respuestas de los participantes durante la entrevista.

### 3.4. Descripción de procedimientos

**Preparación y Planificación:** Se elaborará un plan detallado para la aplicación de las entrevistas, definiendo los temas a tratar, las preguntas específicas. Se diseñará un guion de entrevista que aborde los objetivos y temas de interés de la investigación, asegurando la coherencia y relevancia de las preguntas.

**Contacto y Coordinación:** Se establecerá contacto con los líderes fundadores de Mifi para coordinar la fecha, hora y lugar de las entrevistas. Se proporcionará información adicional sobre el propósito y la importancia de su participación en el estudio, así como cualquier requisito logístico necesario para la entrevista.

**Aplicación de Entrevistas:** Las entrevistas se llevarán a cabo según el plan y guion previamente establecidos. Se realizarán de manera presencial o virtual, según la disponibilidad y preferencia de los participantes. Durante las entrevistas, se registrarán las respuestas de los participantes de manera precisa y respetuosa, promoviendo un ambiente abierto y de confianza.

**Análisis de Datos:** Una vez completadas las entrevistas, se procederá al análisis de los datos recopilados. Se identificarán patrones, tendencias y temas emergentes en las respuestas de los participantes, relacionados con los objetivos de la investigación. Se utilizarán herramientas y técnicas de análisis cualitativo para interpretar los resultados de manera rigurosa y sistemática.

**Elaboración de Resultados:** Con base en el análisis de datos, se elaborarán los resultados de la investigación, destacando los hallazgos relevantes y las conclusiones obtenidas. Se redactará un informe final que documente de manera clara y concisa los resultados de la investigación, así como las recomendaciones para la implementación de la planificación estratégica en la empresa Mifi.

**Retroalimentación y Validación:** El informe final será presentado a la empresa Mifi para su revisión y retroalimentación. Se realizarán reuniones con los líderes fundadores para discutir los resultados, validar las conclusiones y obtener su perspectiva sobre las recomendaciones propuestas. Se

incorporarán los comentarios y sugerencias recibidos para garantizar la validez y relevancia de los resultados de la investigación.

### **3.5. Análisis de información**

#### **3.5.1. Proceso de análisis de la información**

Para procesar y analizar la información recolectada a través de la entrevista, se seguirá un enfoque interpretativo y holístico. A continuación, se detallan los pasos para llevar a cabo el análisis:

**1. Transcripción de Entrevistas:** Primero, se transcribirán las grabaciones de las entrevistas en texto escrito. Esto permitirá una revisión detallada y una mejor comprensión del contenido de las respuestas de los participantes.

**2. Codificación de Datos:** Se llevará a cabo un proceso de codificación de los datos, identificando temas, patrones y categorías en las respuestas de los participantes.

**3. Análisis:** Se aplicará un análisis para identificar y organizar los temas principales que surgen de las entrevistas. Se agruparán las respuestas relacionadas en categorías temáticas, lo que permitirá una comprensión profunda de los diferentes aspectos abordados.

**4. Interpretación de Resultados:** Se procederá a la interpretación de los resultados, buscando significados y conexiones entre los diferentes temas y categorías identificados.

**6. Elaboración de Conclusiones:** Finalmente, se elaborarán conclusiones basadas en el análisis de los datos. Se destacarán los hallazgos más relevantes y se proporcionarán interpretaciones significativas para la construcción de la planificación estratégica en la empresa Mifi.

### 3.5.2. Codificación de datos

A continuación, se presenta la codificación de datos de la entrevista realizada a la señora Fanny Suárez, representante de la empresa Mifi. Esta codificación resume los temas, subtemas y códigos identificados en la entrevista, permitiendo un análisis más profundo de la información obtenida. Para mayor detalle sobre las respuestas proporcionadas por el entrevistado, se recomienda consultar el Anexo B, donde se encuentra la transcripción completa de la entrevista.

**Tabla 1 Diagnóstico organizacional**

| <b>Diagnóstico organizacional</b> |                               |                                   |  |
|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|--|
| <b>Tema principal</b>             | <b>Subtema</b>                | <b>Código</b>                     | <b>Segmento de texto</b>   |
| Fortalezas                        | Posicionamiento en el mercado | Mercado líder                     | "estamos posicionados como líderes en el mercado de Fusagasugá en lo que respecta a productos de arte pictórico"   |
| Fortalezas                        | Reputación                    | Calidad y confiabilidad           | "Nuestra reputación en la comunidad nos respalda como una opción confiable y de calidad"   |
| Fortalezas                        | Equipo talentoso              | Pasión y compromiso               | "contamos con un equipo talentoso y apasionado que se esfuerza por ofrecer resultados excepcionales a nuestros clientes"   |
| Aspectos internos para mejorar    | Procesos de producción        | Eficiencia y cumplimiento         | "podríamos optimizar nuestros procesos de producción para aumentar la eficiencia y cumplir a tiempo con las entregas"  |
| Aspectos internos para mejorar    | Manejo de redes sociales      | Expansión de mercados             | "fortalecer en el tema del manejo de las redes sociales, ya que es necesario darnos a conocer en otras regiones del país"  |
| Oportunidades externas            | Mercado digital               | Comercio electrónico              | "hay un gran potencial para expandir nuestra presencia en el mercado digital"  |
| Oportunidades externas            | Colaboraciones estratégicas   | Tiendas locales, ferias y eventos | "la colaboración con tiendas locales, participación de ferias como lo fue tribu en Fusagasugá, eventos comunitarios y asociaciones con otras empresas creativas podría abrir nuevas puertas" |
| Amenazas del entorno competitivo  | Falta de reconocimiento       | Expansión de mercados             | "la falta de reconocimiento en el mercado fuera de Fusagasugá"   |

|                                  |                             |  |  |
|----------------------------------|-----------------------------|--|--|
| Amenazas del entorno competitivo | Competencia                 | Nuevos competidores y estrategias de marketing | "existe el riesgo de que nuevos competidores ingresen al mercado o que los competidores existentes intensifiquen sus esfuerzos de marketing y oferta de productos" |
| Amenazas del entorno competitivo | Preferencias del consumidor | Cambios en las tendencias                      | "los cambios en las preferencias del consumidor o condiciones económicas pueden afectar la demanda de nuestros productos"  |

**Tabla 2 Identificación de los entornos internos y externos**

| <b>Identificación de los entornos internos y externos</b> |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <b>Tema principal</b>                                     | <b>Subtema</b>   | <b>Código</b>                          | <b>Segmento de texto</b>  |
| Factores internos   | Aspectos positivos que impulsan el desarrollo          | Talentoso equipo de artistas           | "nuestro talentoso equipo de artistas y el compromiso con la calidad en cada obra que producimos"   |
| Factores internos   | Aspectos que afectan negativamente el desarrollo       | Eficiencia operativa                   | "aspectos como la eficiencia operativa y la gestión de entregas podrían estar afectando negativamente nuestro desarrollo"   |
| Factores externos   | Situación económica                                    | Poder adquisitivo de los clientes      | "Fluctuaciones en la economía pueden influir en el poder adquisitivo de nuestros clientes y, por lo tanto, en la demanda de nuestros productos"   |
| Factores externos   | Tendencias del mercado y comportamiento del consumidor | Comercio electrónico y estilos de arte | "los cambios en las tendencias del mercado y en el comportamiento del consumidor son factores importantes para considerar. Por ejemplo, la creciente importancia del comercio electrónico y las preferencias cambiantes en cuanto a estilos y formas de arte pueden impactar nuestra estrategia de ventas y producción" |
| Capacidad de Mifi para enfrentar oportunidades y amenazas | Flexibilidad estratégica                               | Adaptación e implementación de cambios | "evaluaría en función de varios factores, incluyendo la flexibilidad estratégica, la capacidad de adaptación y la eficacia en la implementación de cambios"   |
| Capacidad de Mifi para enfrentar oportunidades y amenazas | Comunicación efectiva                                  | Comunicación interna y externa         | "la comunicación efectiva tanto interna como externamente es crucial para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas"  |

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades | Implementación de tecnología                        | Eficiencia operativa   | "Mifi debería considerar tomar medidas como la implementación de tecnología para mejorar la eficiencia operativa"   |
| Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades | Diversificación de la oferta de productos           | Nuevas tendencias y demandas del mercado   | "la diversificación de nuestra oferta de productos para satisfacer las cambiantes demandas del mercado"   |
| Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades | Inversión en capacitación y desarrollo del personal | Nuevas tendencias y técnicas en el arte pictórico                                | "la inversión en capacitación y desarrollo del personal para mantenernos a la vanguardia de las últimas tendencias y técnicas en el arte pictórico"                     |
| Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades | Alianzas estratégicas                               | Fortalecimiento de la posición en el mercado y ampliación de la base de clientes | "establecer alianzas estratégicas con proveedores locales y asociaciones creativas podría fortalecer nuestra posición en el mercado y ampliar nuestra base de clientes" |

Tabla 3 Identidad organizacional

| Identidad organizacional             |   |  |  |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Tema principal                       | Subtema   | Código   | Segmento de texto  |
| Cultura organizacional               | Enfoque   | Creatividad, calidad y satisfacción del cliente  | "La cultura organizacional de Mifi se caracteriza por su enfoque en la creatividad, la calidad y el compromiso con la satisfacción del cliente"              |
| Cultura organizacional               | Ambiente colaborativo                                   | Trabajo en equipo e innovación                   | "Fomentamos un ambiente colaborativo donde se valora la innovación y la excelencia en cada obra que producimos"  |
| Cultura organizacional               | Respeto mutuo, comunicación abierta y trabajo en equipo | Ambiente laboral                                 | "Además, promovemos el respeto mutuo, la comunicación abierta y el trabajo en equipo como pilares fundamentales de nuestra cultura"                          |
| Propósito fundamental o razón de ser | Obras de arte únicas y personalizadas                   | Capturar la esencia y la belleza de las mascotas | "El propósito fundamental de Mifi es brindar a nuestros clientes obras de arte únicas y personalizadas que capturen la esencia y la belleza de sus mascotas" |

|                                      |   |   |  |
|--------------------------------------|---|---|--|
| Propósito fundamental o razón de ser | Momentos especiales en piezas de arte duraderas | Vínculo emocional con los clientes  | "Nos enorgullece la capacidad de transformar momentos especiales en piezas de arte que perduren en el tiempo y generen un vínculo emocional con nuestros clientes"                     |
| Valores fundamentales                | Creatividad                                     | Búsqueda de la innovación   | "Los valores fundamentales que guían nuestras acciones y decisiones en Mifi son la creatividad"  |
| Valores fundamentales                | Calidad   | Altos estándares en todo el proceso creativo  | "a mantener altos estándares de calidad en cada etapa de nuestro proceso creativo"   |
| Valores fundamentales                | Integridad                                      | Honestidad y ética  | "a actuar con honestidad y ética en todas nuestras interacciones"  |
| Valores fundamentales                | Compromiso con la excelencia                    | Superar las expectativas de los clientes  | "y a dedicarnos a superar las expectativas de nuestros clientes en cada obra que realizamos"   |
| Objetivos estratégicos               | Corto plazo                                     | Consolidar presencia en el mercado local y fortalecer relaciones con clientes existentes    | "En términos de objetivos estratégicos, a corto plazo, nos enfocamos en consolidar nuestra presencia en el mercado local y fortalecer nuestras relaciones con los clientes existentes" |
| Objetivos estratégicos               | Mediano plazo                                   | Expandirse a nuevos mercados y aumentar la participación en el mercado digital              | "A mediano plazo, buscamos expandirnos a nuevos mercados y aumentar nuestra participación en el mercado digital a través de estrategias de marketing y ventas en línea"                |
| Objetivos estratégicos               | Largo plazo                                     | Convertirse en referente nacional e internacional en arte pictórico de retratos de mascotas | "A largo plazo, aspiramos a convertirnos en un referente reconocido a nivel nacional e internacional en el arte pictórico"   |

### **3.6. Consideraciones éticas**

#### **3.6.1. *Análisis de consideraciones éticas***

Para asegurar la integridad ética del proyecto de investigación ‘Propuesta de un plan estratégico para el emprendimiento MiFi, en la ciudad de Fusagasugá’, se garantizará el consentimiento informado de los fundadores y líderes del emprendimiento Mifi y a su vez la autorización verbal de uso de datos con fines académicos y de investigación. En colaboración con la Corporación Universitaria Minuto de Dios, se priorizará el respeto por la confidencialidad de la información recopilada, protegiendo la privacidad de los participantes y asegurando que todos los procedimientos se conduzcan de acuerdo con los principios éticos establecidos.

## 4. ANALISIS DE DATOS

A continuación, se procederá con el análisis de los datos obtenidos durante la entrevista, estos estarán basados con la codificación realizada previamente. Este análisis permitirá identificar y evaluar las respuestas clave proporcionadas por los fundadores de MiFi, destacando patrones significativos, temas recurrentes y cualquier otra información relevante que contribuya al desarrollo de los objetivos de esta investigación.

### 4.1. Diagnostico organizacional:

#### 4.1.1. *Fortalezas*

MiFi ha logrado posicionarse como líder debido a varios factores clave como la calidad de sus productos, la atención al cliente y su reputación en la comunidad local. Esta reputación positiva no solo fortalece la confianza de los clientes en la empresa, sino que también le otorga una ventaja competitiva significativa en el sector. La sólida base de clientes que ha desarrollado asegura ingresos constantes y una alta tasa de fidelización. Además, el equipo de MiFi se distingue por su pasión, compromiso, habilidades y experiencia en la creación de productos de alta calidad, respaldados por un fuerte espíritu de trabajo en equipo. MiFi en términos de posicionamiento de mercado, reputación y talentoso equipo de trabajo constituyen factores cruciales que no solo le proporcionan una ventaja competitiva destacada, sino que también aseguran su éxito continuo en el mercado de Fusagasugá.

#### 4.1.2. *Aspectos internos para mejorar*

Se evidencia dos áreas internas clave para mejorar como lo son, sus procesos de producción y el manejo de sus redes sociales. Mejorar la eficiencia en los procesos de producción no solo reduciría costos y aumentaría la productividad, sino que también aseguraría entregas puntuales, que significa ser fundamental para mantener la satisfacción del cliente y preservar su reputación. Por otro lado, MiFi

necesita fortalecer su presencia en las redes sociales para expandirse en otras regiones del país. Para ser observada que es viable desarrollar una estrategia de marketing digital efectiva, que incluya una interacción activa con los clientes, la promoción de productos y un análisis continuo de resultados, será fundamental para aumentar su base de clientes y mejorar sus ventas.

#### ***4.1.3. Oportunidades externas***

En la entrevista se identificaron diversas oportunidades como el crecimiento del comercio electrónico que representa una oportunidad significativa para expandir su presencia en el mercado. MiFi podría aprovechar esta tendencia creando una tienda en línea propia o utilizando plataformas establecidas como Mercado Libre para llegar a un público más amplio. Además, el uso estratégico del marketing digital, incluyendo redes sociales y publicidad en línea, podría facilitar la atracción de nuevos clientes y la promoción efectiva de sus productos. Adicionalmente, MiFi podría explorar colaboraciones estratégicas con tiendas locales para ampliar su alcance y visibilidad en el mercado local. Participar en ferias y eventos locales sería otra oportunidad para exhibir sus productos y conectar con potenciales clientes.

#### ***4.1.4. Amenazas del entorno competitivo***

Se enfrenta a diversas amenazas que podrían impactar su negocio. La falta de reconocimiento fuera de Fusagasugá limita su capacidad para atraer nuevos clientes y expandirse. Además, la escasa presencia en redes sociales dificulta llegar a potenciales clientes que buscan productos de arte pictórico en internet. La competencia representa otra amenaza, con la posibilidad de nuevos entrantes que ofrezcan productos similares y competidores existentes que intensifiquen sus estrategias de marketing. Los cambios en las preferencias del consumidor y las condiciones económicas también podrían afectar la demanda de los productos de MiFi. Para enfrentar estas amenazas, MiFi debe desarrollar una estrategia integral que capitalice sus oportunidades de crecimiento mientras implementa medidas para mitigar los riesgos identificados.

## **4.2. Identificación de los entornos internos y externos**

### ***4.2.1. Factores internos***

Según la información arrojada por la entrevista, la organización se destaca por su equipo de artistas y su compromiso con la calidad, factores clave que refuerzan su posición competitiva. Sin embargo, el emprendimiento enfrenta desafíos internos significativos, como la necesidad de mejorar la eficiencia operativa y la gestión de entregas para cumplir con los plazos y mantener la satisfacción del cliente. Superar estos obstáculos permitirá a MiFi consolidar su reputación y aprovechar mejor las oportunidades de crecimiento en el mercado del arte pictórico.

### ***4.2.2. Factores externos***

Incluyen la situación económica y las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor. Las fluctuaciones económicas pueden influir en el poder adquisitivo de los clientes, afectando la demanda de sus productos. MiFi debe vigilar de cerca estas condiciones y ajustar sus estrategias según sea necesario para mitigar impactos durante recesiones o cambios en el poder adquisitivo. Además, el crecimiento del comercio electrónico representa una oportunidad significativa para MiFi expandir su alcance mediante la creación de una tienda en línea y el uso de plataformas de comercio electrónico. Asimismo, los cambios en las preferencias de los consumidores en estilos de arte requieren que MiFi esté al tanto de las nuevas tendencias y adapte su oferta para satisfacer las demandas del mercado de manera efectiva.

### ***4.2.3. Capacidad de MiFi para enfrentar oportunidades y amenazas***

Se detecta que es necesario desarrollar flexibilidad estratégica. Esto implica la capacidad de adaptarse ágilmente a cambios del entorno y de implementar ajustes estratégicos de manera efectiva. La empresa debe establecer un proceso de planificación estratégica que identifique oportunidades y

amenazas, evalúe su impacto y desarrolle estrategias adecuadas para responder a ellas. Asimismo, se considera que la comunicación efectiva juega un papel crucial. Internamente, MiFi debe mantener una comunicación clara y eficaz para asegurar que todos los empleados estén informados y alineados con los objetivos estratégicos. Externamente, la empresa debe establecer una comunicación efectiva con clientes, socios y otros stakeholders para maximizar oportunidades y mitigar amenazas de manera proactiva.

#### ***4.2.4. Acciones para aprovechar fortalezas y mitigar debilidades***

Mediante diversas acciones estratégicas, debería implementar tecnología avanzada, como software de gestión de proyectos y sistemas de inventario, para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y asegurar entregas puntuales. Además, diversificar su oferta de productos, como desarrollar retratos de mascotas digitales o impresiones en lienzo, le permitiría adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y atraer nuevos clientes. Invertir en capacitación continua para su equipo en técnicas innovadoras de arte pictórico aseguraría mantenerse a la vanguardia y satisfacer las expectativas de los clientes. Finalmente, establecer alianzas estratégicas con proveedores locales y asociaciones creativas fortalecería su posición en el mercado, ampliaría su base de clientes y facilitaría el acceso a nuevos mercados y recursos. Estas acciones posicionan a MiFi para un crecimiento sostenible y una mayor competitividad en el sector del arte pictórico.

### **4.3. Identidad organizacional**

#### ***4.3.1. Cultura organizacional***

Se centra en la creatividad, la calidad y la satisfacción del cliente, reflejándose en la excelencia de sus productos, el servicio personalizado y la meticulosidad en cada detalle. Promueve un ambiente colaborativo que valora la innovación y la excelencia, impulsando la creación de productos nuevos y creativos que respondan a las necesidades de los clientes. MiFi también fomenta el respeto mutuo, la

comunicación abierta y el trabajo en equipo, fundamentales para un ambiente laboral positivo y productivo.

#### **4.3.2. *Propósito fundamental o razón de ser***

El propósito fundamental de MiFi es ofrecer obras de arte únicas y personalizadas que capturen la esencia y la belleza de las mascotas de sus clientes, creando piezas significativas que perduren en el tiempo y generen un vínculo emocional. El emprendimiento sigue enfocado en mantener estos valores para satisfacer y fidelizar a sus clientes, fortaleciendo así su posición en el mercado del arte pictórico.

#### **4.3.3. *Valores fundamentales***

Incluyen la creatividad, la calidad, la integridad y el compromiso con la excelencia. MiFi fomenta la innovación en la alta calidad de sus productos y el servicio al cliente personalizado, promoviendo la atención al detalle en cada obra de arte. Además, mantiene altos estándares de calidad y actúa con integridad en todas las interacciones que son pilares clave para generar confianza y mantener relaciones duraderas con clientes y socios. Razón por la cual se compromete a superar las expectativas de sus clientes, asegurando un alto nivel de satisfacción y consolidando su posición de liderazgo en el mercado del arte pictórico.

#### **4.3.4. *Objetivos estratégicos***

Se dividen en distintos plazos. A corto plazo, se enfoca en consolidar su presencia en el mercado local mediante la expansión de su base de clientes y el incremento de su participación. Esto se logrará mejorando el marketing, ampliando la oferta de productos y mejorando la experiencia del cliente, además de fortalecer las relaciones con los clientes existentes a través de una comunicación mejorada y programas de fidelización. En el mediano plazo, MiFi planea expandirse a nuevos mercados, tanto físicos

como digitales. Esto implica abrir nuevas ubicaciones, desarrollar ventas en línea y explorar nuevos segmentos de mercado. También buscará aumentar su presencia en el mercado digital mediante estrategias de marketing digital y ventas a través de plataformas de comercio electrónico. A largo plazo, es convertirse en un referente reconocido a nivel nacional e internacional en el arte pictórico de retratos de mascotas. Para lograrlo, se enfocará en construir una marca sólida, participar en concursos y exposiciones de arte, y establecer asociaciones estratégicas con otras empresas y organizaciones del sector. Estos objetivos estratégicos posicionan a MiFi para un crecimiento sostenible y una mayor influencia en su industria.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIONES

En esta sección de resultados y discusiones, se presentará el análisis derivado de la implementación de la planeación estratégica en el emprendimiento MiFi, situado en la ciudad de Fusagasugá. Este proceso se llevó a cabo con el fin de alcanzar los objetivos específicos delineados en el proyecto. Se exploraron y evaluaron diversas estrategias y acciones diseñadas para fortalecer la posición de MiFi en el mercado local, mejorar la eficiencia operativa, diversificar la oferta de productos y fortalecer las relaciones con los clientes, que se darán por medio de la planeación estratégica, finalmente no solo se busca optimizar el desempeño actual de la organización, sino también posicionarlo estratégicamente para enfrentar los desafíos futuros y aprovechar las oportunidades emergentes en el sector del arte pictórico.

### **5.1. Diagnóstico Organizacional: Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.**

Se llevará a cabo una matriz DOFA con el fin de realizar un análisis exhaustivo de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de MiFi. Este análisis estratégico tiene como objetivo identificar los factores internos y externos que impactan directamente en la organización. A partir de este diagnóstico, se desarrollarán estrategias específicas diseñadas para capitalizar las fortalezas y oportunidades identificadas, mientras se mitigarán las debilidades y amenazas para fortalecer la posición competitiva de MiFi en el mercado local y potencialmente expandirse a nuevas regiones.

Ilustración 1 Matriz DOFA: MiFi



### 5.1.1. Estrategias

#### FO (Fortalezas-Oportunidades)

- Aprovechar la reputación y el equipo talentoso para expandirse a nuevos mercados a través del comercio electrónico y el marketing digital.
- Fortalecer las relaciones con clientes existentes y atraer nuevos a través de una fuerte presencia en redes sociales.
- Desarrollar colaboraciones estratégicas con tiendas locales y participar en ferias y eventos para aumentar la visibilidad.

#### FA (Fortalezas-Amenazas)

- Utilizar la reputación y la calidad de los productos para diferenciarse de la competencia.

- Implementar mejoras en los procesos de producción para aumentar la eficiencia y reducir costos, haciéndolos más competitivos.
- Monitorear las tendencias del mercado y las preferencias del consumidor para adaptar la oferta de productos y estrategias de marketing.

#### **DO (Debilidades-Oportunidades)**

- Aprovechar el crecimiento del comercio electrónico para crear una tienda en línea y vender productos a un público más amplio.
- Utilizar el marketing digital para llegar a nuevos clientes y aumentar el reconocimiento de la marca en otras regiones.
- Colaborar con tiendas locales para ampliar la distribución de productos y llegar a nuevos clientes.

#### **DA (Debilidades-Amenazas)**

- Mejorar la eficiencia de los procesos de producción para reducir costos y aumentar la competitividad.
- Fortalecer la presencia en redes sociales para aumentar el reconocimiento de la marca y llegar a nuevos clientes potenciales.
- Desarrollar una estrategia de marketing digital efectiva para competir con otros negocios y promocionar los productos de manera eficaz.
- Monitorear las condiciones económicas y las preferencias del consumidor para ajustar las estrategias comerciales según sea necesario.

### ***5.1.2. Análisis de la situación***

MiFi se destaca en el mercado local gracias a la calidad reconocida de sus productos, el fuerte compromiso con el servicio al cliente y un equipo altamente talentoso, lo que le ha asegurado una base de clientes leal. Sin embargo, enfrenta desafíos como la necesidad de optimizar sus procesos de producción y

mejorar su presencia en redes sociales para incrementar su visibilidad fuera de Fusagasugá. Aprovechar el crecimiento del comercio electrónico y el marketing digital representan oportunidades para expandir su mercado, así como la posibilidad de establecer colaboraciones estratégicas con tiendas locales y participar en eventos y ferias para atraer nuevos clientes. No obstante, debe estar preparada para la competencia creciente en el sector y para posibles cambios en las preferencias del consumidor y en las condiciones económicas que podrían impactar la demanda de sus productos.

### ***5.1.3 Discusión***

El emprendimiento muestra un sólido potencial de crecimiento en el mercado local, respaldado por un equipo altamente competente. Sin embargo, enfrenta desafíos como la mejora de la eficiencia en sus procesos de producción y la necesidad de una mayor presencia en redes sociales. Para asegurar su éxito a largo plazo, MiFi debe concentrarse en áreas clave: optimización de procesos para reducir costos y mejorar tiempos de entrega, expansión en redes sociales para atraer nuevos clientes y aumentar la visibilidad de la marca, exploración de colaboraciones estratégicas para entrar en nuevos mercados, implementación de una estrategia de marketing digital para mejorar la promoción de sus productos, y adaptación constante a las tendencias del mercado y preferencias del consumidor. Estas acciones estratégicas serán fundamentales para fortalecer la posición de MiFi y garantizar su crecimiento sostenido y éxito futuro.

## **5.2. Análisis de las Matrices MEFE y MEFI: Identificación de Entornos Internos y Externos.**

El desarrollo de las matrices MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) y MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) para MiFi se fundamenta en los resultados obtenidos durante las entrevistas realizadas, destacando la importancia de comprender exhaustivamente el entorno competitivo

y las capacidades internas de la organización. Estas herramientas permitirán a MiFi identificar y evaluar de manera sistemática los factores clave que afectan su desempeño tanto externa como internamente. Mediante este análisis, MiFi podrá tomar decisiones estratégicas informadas que fortalezcan su posicionamiento en el mercado del arte pictórico, maximicen sus fortalezas y oportunidades, y mitiguen sus debilidades y amenazas, asegurando así su crecimiento sostenido y su competitividad a largo plazo.

### 5.2.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos

Tabla 4 Matriz EFE

| <b>MATRIZ EFE</b>              |  |                                |                                 |              |
|--------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------|--------------|
| <b>Factores externos clave</b> |  | <b>Importancia Ponderación</b> | <b>Clasificación Evaluación</b> | <b>Valor</b> |
| <b>Oportunidades</b>           |  |                                |                                 |              |
| 1.                             | Rápido crecimiento de la demanda               | 10%                            | 4                               | 0,4          |
| 2.                             | Apertura de mercados regionales (Nacionales)   | 10%                            | 3                               | 0,3          |
| 3.                             | Crecimiento del comercio electrónico           | 15%                            | 4                               | 0,6          |
| 4.                             | Cambios en tendencias artísticas               | 5%                             | 2                               | 0,1          |
| 5.                             | Uso estratégico del marketing digital          | 15%                            | 3                               | 0,45         |
| <b>Amenazas</b>                |  |                                |                                 |              |
| 1.                             | Entrada de competidores                        | 9%                             | 2                               | 0,18         |
| 2.                             | La falta de reconocimiento fuera de Fusagasugá | 15%                            | 3                               | 0,45         |
| 3.                             | Los cambios en las preferencias del consumidor | 8%                             | 3                               | 0,24         |
| 4.                             | Recesión económica                             | 8%                             | 2                               | 0,16         |
| 5.                             | Reducción de la confianza en el consumidor     | 5%                             | 3                               | 0,15         |
| <b>Total</b>                   |  | <b>100%</b>                    |                                 | <b>3,03</b>  |

#### 5.2.1.1 Análisis MEFE

Teniendo en cuenta los resultados, la matriz arroja un valor de 3,03 siendo este un balance positivo para MiFi, por lo que a detalle se analiza que se encuentra en un entorno altamente competitivo con diversas oportunidades y amenazas significativas. Entre las oportunidades clave se destacan el

crecimiento acelerado de la demanda en el mercado del arte pictórico, la apertura de nuevos mercados regionales y el continuo desarrollo del comercio electrónico. Estas oportunidades ofrecen a MiFi la posibilidad de ampliar su alcance y aumentar su participación de mercado mediante la implementación de estrategias efectivas. Sin embargo, la empresa enfrenta amenazas considerables como la entrada de nuevos competidores, la limitada visibilidad fuera de su área local y la inestabilidad en las preferencias del consumidor, agravadas por posibles recesiones económicas y fluctuaciones en la confianza del consumidor.

En cuanto las oportunidades identificadas, MiFi debe desarrollar una estrategia integral que incluya la expansión hacia nuevos mercados geográficos y segmentos de clientes mediante la diversificación de su oferta de productos y servicios. Es de interés establecer una presencia sólida en plataformas de comercio electrónico y emplear estrategias de marketing digital efectivas para atraer y retener nuevos clientes potenciales.

Para contrarrestar las amenazas, MiFi debería concentrarse en fortalecer su posicionamiento de marca, mejorar la eficiencia operativa y mantener un enfoque proactivo en la satisfacción del cliente. Esto implica optimizar los procesos internos para reducir costos y mejorar la calidad del servicio, así como establecer colaboraciones estratégicas con tiendas locales y actores del sector artístico para incrementar su visibilidad y credibilidad en el mercado.

Es esencial que MiFi monitoree de cerca el entorno competitivo y realice ajustes continuos en sus estrategias para adaptarse a los cambios en las tendencias del mercado y las preferencias del consumidor. Este enfoque permitirá a la empresa mantener una ventaja competitiva sostenible y asegurar su crecimiento a largo plazo.

### 5.2.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos

Tabla 5 Matriz EFI

| MATRIZ EFI              |  |                         |                          |             |
|-------------------------|--|-------------------------|--------------------------|-------------|
| Factores internos clave |  | Importancia Ponderación | Clasificación Evaluación | Valor       |
| <b>Fortalezas</b>       |  |                         |                          |             |
| 1.                      | Nombre de marca reconocido                                   | 15%                     | 4                        | 0,6         |
| 2.                      | Productos de alta calidad                                    | 13%                     | 4                        | 0,52        |
| 3.                      | Posicionamiento de mercado en Fusagasugá                     | 15%                     | 4                        | 0,6         |
| 4.                      | Empleados fidelizados y comprometidos                        | 10%                     | 3                        | 0,3         |
| 5.                      | Talentoso equipo de trabajo                                  | 10%                     | 3                        | 0,3         |
| <b>Debilidades</b>      |  |                         |                          |             |
| 1.                      | Recursos financieros limitados                               | 2%                      | 2                        | 0,04        |
| 2.                      | Baja presencia en las redes sociales                         | 15%                     | 2                        | 0,3         |
| 3.                      | Falta de diversificación en su oferta de productos           | 5%                      | 3                        | 0,15        |
| 4.                      | Falta de eficiencia operativa                                | 10%                     | 2                        | 0,2         |
| 5.                      | Capacitación continua para su equipo en técnicas innovadoras | 5%                      | 4                        | 0,2         |
| <b>Total</b>            |  | <b>100%</b>             |                          | <b>3,21</b> |

#### 5.2.2.1.1. Análisis MEFI

La matriz de factores internos también aborda resultados positivos de 3.21, donde revela tanto las fortalezas distintivas como las debilidades críticas de MiFi. Entre las fortalezas destacadas se encuentran su nombre de marca reconocido, productos de alta calidad y un equipo de trabajo talentoso, todos fundamentales para su posicionamiento en el mercado. Sin embargo, la empresa enfrenta desafíos significativos como recursos financieros limitados, una presencia insuficiente en redes sociales y deficiencias en eficiencia operativa. Para optimizar su rendimiento, MiFi debe concentrarse en potenciar estas fortalezas mediante inversiones estratégicas en marca y desarrollo de productos, así como en la capacitación continua del personal. Simultáneamente, abordar las debilidades requiere mejorar la gestión financiera,

fortalecer la presencia en plataformas digitales y optimizar procesos internos para maximizar la eficiencia. Al alinear estas acciones con sus objetivos estratégicos a largo plazo, MiFi no solo mitigará sus vulnerabilidades, sino que también fortalecerá su competitividad en el mercado del arte pictórico, asegurando un crecimiento sostenido y consolidando su posición como líder en el sector.

### **5.2.3. *Discusión***

Basado en los resultados obtenidos de la matriz MEFÉ y MEFI, se confirma que la organización se encuentra bien posicionada para capitalizar las oportunidades y abordar las amenazas identificadas en su entorno competitivo. Con un puntaje combinado de 3.03 en factores externos clave y 3.21 en factores internos clave, MiFi muestra un balance positivo que refleja su capacidad para adaptarse y prosperar en el mercado del arte pictórico.

Desde una perspectiva externa, MiFi está en un entorno dinámico con oportunidades significativas que ofrecen la posibilidad de expandir su alcance y aumentar su cuota de mercado mediante estrategias efectivas como la diversificación de su oferta y una fuerte presencia en plataformas digitales. No obstante, la presencia de amenazas como la competencia de nuevos entrantes y la volatilidad en las preferencias del consumidor subraya la necesidad de que MiFi responda con agilidad y estrategias bien definidas para proteger y fortalecer su posición en el mercado.

Internamente, MiFi se apoya en fortalezas clave como su reconocido nombre de marca, productos de alta calidad y un equipo talentoso, fundamentales para su éxito actual y futuro. Sin embargo, enfrenta desafíos como recursos financieros limitados y deficiencias en su presencia en redes sociales, que deben abordarse mediante inversiones estratégicas y mejoras operativas para optimizar su desempeño y competitividad.

Para maximizar su potencial, debe mantener un enfoque proactivo en la vigilancia del entorno competitivo, ajustando continuamente sus estrategias para alinearse con las dinámicas del mercado y las expectativas cambiantes de los consumidores. Este enfoque adaptativo no solo asegurará su ventaja competitiva, sino que también fortalecerá su liderazgo en el mercado del arte pictórico, garantizando un crecimiento sostenido y la consolidación de su reputación en el sector.

### **5.3. Definición de la identidad organizacional**

En este apartado, se implementará la identidad organizacional del emprendimiento, centrándose en la definición y alineación de su misión, visión, valores corporativos, metas y objetivos estratégicos. Los resultados de la entrevistas y análisis de los datos proporcionarán la base para esta definición estratégica, asegurando que MiFi esté posicionado de manera óptima

#### **5.3.1. Misión**

La misión corporativa de MiFi, se construye por medio de las respuestas que se llevaron a cabo en la entrevista:

"Despertar emociones a través del arte pictórico, ofreciendo productos de la más alta calidad y experiencias memorables a nuestros clientes"

**Justificación:** por medio de esta misión se refleja la esencia de la empresa y su compromiso con sus clientes. Esta no solo define el propósito de MiFi, sino que también sirve como una guía para todas las decisiones y acciones de la empresa, de una manera desglosada se tuvo en cuenta lo siguiente:

- **Despertar emociones a través del arte pictórico:**

MiFi se compromete a crear productos que no solo sean visualmente atractivos, sino que también provoquen sentimientos y recuerdos duraderos.

La empresa reconoce que el arte puede tener un impacto profundo en la vida de las personas, y se esfuerza por crear obras que inspiren, motiven y alegren.

- **Ofreciendo productos de la más alta calidad:**

MiFi se compromete a proporcionar a sus clientes productos de la más alta calidad. Esto significa utilizar materiales de primera línea, emplear técnicas innovadoras y llamativas.

Los líderes del emprendimiento disponen que la calidad es fundamental para la satisfacción del cliente y es por ello que se esfuerzan por ofrecer productos que superen las expectativas de sus clientes.

- **Experiencias memorables a nuestros clientes:**

MiFi va más allá de vender obras de arte; la empresa se esfuerza por crear experiencias memorables para sus clientes. Esto significa brindar un servicio al cliente excepcional, trabajar por crear un ambiente de compra agradable, ofreciendo productos que sean únicos y especiales.

La empresa quiere que sus clientes se sientan valorados y apreciados, y se esfuerza por crear experiencias que los hagan volver por más.

Finalmente se infiere que la misión para MiFi es importante porque logra proporcionar una dirección clara y concisa, además de que ayuda a todos los empleados a comprender lo que la empresa se esfuerza por lograr y por otra parte ayuda a la empresa a tomar decisiones que estén alineadas con sus valores y objetivos.

### **5.3.2. *Visión***

La visión de MiFi se construye con los siguiente factores e interrogantes:

Referente nacional: ¿Qué acciones tomará MiFi para alcanzar el reconocimiento nacional?

Obras únicas y personalizadas: ¿Cómo asegurará MiFi que cada obra de arte sea única y personalizada?

Esencia y belleza: ¿Qué técnicas y estilos utilizará MiFi para capturar la esencia y la belleza de cada mascota?

Piezas significativas: ¿Cómo asegurará MiFi que sus obras de arte sean significativas para sus clientes?

Vínculo emocional: ¿Cómo creará MiFi obras de arte que fortalezcan el vínculo emocional entre las personas y sus mascotas?

Posición en el mercado: ¿Qué estrategias implementará MiFi para fortalecer su posición en el mercado?

Teniendo en cuenta lo anterior la visión que se propone es:

*‘Convertirnos en un referente nacional en la creación de obras de arte pictórico personalizadas para mascotas, capturando la esencia y la belleza de cada animal, y estableciendo un vínculo emocional duradero con nuestros clientes’.*

### **Justificación**

**Referente nacional:** Como se ha visto en los resultados anteriores, uno de los desafíos es ser reconocida a nivel nacional como la empresa líder en la creación de obras de arte pictórico personalizadas para mascotas. Esto significa ser la primera opción para los clientes que buscan capturar la esencia y la belleza de sus mascotas de una manera única y significativa.

**Obras de arte únicas y personalizadas:** MiFi se compromete a crear obras de arte que sean únicas y personalizadas para cada mascota. Esto significa trabajar en estrecha colaboración con los

clientes para comprender sus deseos y crear una obra de arte que capture la esencia individual de su mascota.

**Capturar la esencia y la belleza:** Se centra en capturar la esencia y la belleza de cada mascota en sus obras de arte. Esto significa ir más allá de una simple representación física de la mascota y crear una obra que refleje su personalidad, espíritu y vínculo con su dueño.

**Piezas significativas que perduren en el tiempo:** MiFi quiere crear obras de arte que sean significativas para sus clientes y que perduren en el tiempo con materiales de calidad.

**Vínculo emocional duradero:** Los líderes infieren que tienen la capacidad de crear un vínculo emocional duradero entre las personas y sus mascotas.

**Posición en el mercado del arte pictórico:** Está comprometida a fortalecer su posición en el mercado del arte pictórico. Esto significa ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, brindar un servicio al cliente excepcional y construir una marca fuerte y reconocida.

Finalmente, hay que tener en cuenta que la visión es importante por definir el futuro deseado de la empresa ya que proporciona una imagen clara de lo que quiere lograr a largo plazo, además de motivar a los empleados a contribuir al éxito de la empresa y atraer a clientes que comparten los valores y la visión de MiFi.

### **5.3.3. *Valores corporativos***

La construcción de este apartado se basa según la información recolectada por medio de la entrevista:

**Creatividad:**

- MiFi fomenta la creatividad en todas las áreas de la empresa. Esto significa alentar a los empleados a pensar de manera innovadora y a desarrollar nuevas ideas para productos, servicios y procesos.
- En la entrevista la líder infiere que la creatividad es esencial para el éxito a largo plazo y está comprometida a proporcionar a sus empleados el entorno y los recursos que necesitan para prosperar.
- La creatividad se refleja en las obras de arte únicas y personalizadas que MiFi crea para sus clientes.

**Calidad:**

- La empresa infiere que la calidad es fundamental para la satisfacción del cliente y se esfuerza por ofrecer productos y servicios que superen las expectativas de sus clientes.
- La calidad se evidencia en la atención al detalle que MiFi pone en cada obra de arte.

**Integridad:**

- MiFi actúa con integridad en todas sus interacciones. Esto significa ser honesto, ético y responsable.
- La organización expresa que la integridad es esencial para construir relaciones sólidas con clientes, socios y empleados.

**Compromiso con la excelencia:**

- MiFi está comprometida con la excelencia en todo lo que hace. Esto significa esforzarse por ser el mejor en todo lo que la empresa hace, desde la creación de sus productos hasta la interacción con sus clientes.

- El compromiso con la excelencia se refleja en el alto nivel de satisfacción del cliente que MiFi logra consistentemente.

Cabe resaltar que los valores corporativos de MiFi son la base de su éxito. Estos valores guían a la empresa en todas sus decisiones y acciones, y ayudan a crear una cultura fuerte y positiva.

#### **5.3.4. Metas**

Basadas en la misión, visión y valores corporativos de la empresa, se proponen las siguientes metas:

##### **Meta 1: Incrementar el reconocimiento de marca en un 20% en el próximo año.**

- **Estrategias:**
  - ✓ Desarrollar e implementar una campaña de marketing integral que incluya publicidad en redes sociales, relaciones públicas y marketing digital.
  - ✓ Participar en eventos de la industria y ferias de arte.
  - ✓ Colaborar con artistas y organizaciones locales.
  - ✓ Fortalecer la presencia en el comercio electrónico.

##### **Meta 2: Aumentar las ventas en un 15% en el próximo año.**

- **Estrategias:**
  - ✓ Desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.
  - ✓ Expandir los canales de distribución para llegar a nuevos clientes.
  - ✓ Ofrecer promociones y descuentos especiales.
  - ✓ Mejorar el proceso de compra para que sea más fácil y conveniente para los clientes.

**Meta 3: Mejorar la satisfacción del cliente en un 10% en el próximo año.**

- **Estrategias:**
  - ✓ Brindar un servicio al cliente excepcional que supere las expectativas.
  - ✓ Obtener comentarios de los clientes a través de encuestas y grupos focales.
  - ✓ Implementar un programa de resolución de quejas eficiente.

**Meta 4: Reducir los costos operativos en un 5% en el próximo año.**

- **Estrategias:**
  - ✓ Implementar procesos más eficientes para la producción y entrega de productos.
  - ✓ Negociar mejores precios con proveedores.
  - ✓ Reducir el desperdicio de materiales.

**Meta 5: Fortalecer la cultura organizacional en un 10% en el próximo año.**

- **Estrategias:**
  - ✓ Promover la comunicación abierta entre los empleados.
  - ✓ Fomentar el trabajo en equipo y la colaboración.
  - ✓ Reconocer y recompensar a los empleados por su desempeño.
  - ✓ Crear un ambiente de trabajo positivo y motivador.

**5.3.5. Objetivos estratégicos**

Los objetivos estratégicos se hacen en base a los parámetros SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo definido) además se basan de las metas anteriormente establecidas, por otra parte, se basarán por corto, mediano y largo plazo:

**Corto Plazo (1 año):****1. Consolidar la presencia en el mercado local****• Expandir la base de clientes:**

- ✓ Aumentar el alcance del marketing en un 20% mediante campañas en redes sociales, relaciones públicas y marketing de influencers, medido por el aumento en el número de leads generados.
- ✓ Participar en al menos 4 eventos de la industria y ferias de arte locales para aumentar la visibilidad
- ✓ Implementar un programa de referidos que genere un incremento del 15% en nuevos clientes a través de referencias.

**• Incrementar la participación de mercado:**

- ✓ Desarrollar 2 nuevos productos/servicios que generen al menos 100 ventas adicionales en el primer año
- ✓ Ofrecer promociones y descuentos especiales que aumenten las ventas mensuales en un 15%
- ✓ Mejorar el proceso de compra reduciendo el tiempo de transacción en un 20% y recibiendo un índice de satisfacción del cliente de al menos 85%.

**• Mejorar la experiencia del cliente:**

- ✓ Lograr un índice de satisfacción del cliente de 90% a través de encuestas mensuales y grupos focales.
- ✓ Implementar un sistema de resolución de quejas con una respuesta promedio de 24 horas.
- ✓ Ofrecer una garantía de satisfacción del cliente que cubra el 100% de las devoluciones durante los primeros 30 días.

**• Fortalecer las relaciones con los clientes existentes:**

- ✓ Implementar un programa de fidelización que incremente en un 20% las ventas repetidas.

- ✓ Mantener una comunicación bimestral con los clientes a través de correos electrónicos personalizados y boletines informativos.

### **Mediano Plazo (3 años):**

#### **2. Expandirse a nuevos mercados:**

- **Nuevos mercados físicos:**

- ✓ Abrir 2 nuevas ubicaciones en áreas estratégicas urbanas, con un ROI positivo dentro de los primeros 24 meses.
- ✓ Adaptar la gama de productos y servicios para satisfacer las demandas específicas de cada nueva ubicación, evaluando las ventas y las encuestas de satisfacción.

- **Nuevos mercados digitales:**

- ✓ Iniciar ventas en plataformas de comercio electrónico como Mercado Libre generando un 10% de ingresos totales de ventas en línea.

- **Nuevos segmentos de mercado:**

- ✓ Identificar 2 nuevos segmentos de mercado rentables mediante análisis de mercado y encuestas de intención de compra.
- ✓ Desarrollar productos y servicios específicos que representen al menos el 15% de las ventas totales en los nuevos segmentos identificados.

### **Largo Plazo (5 años):**

#### **3. Convertirse en un referente reconocido a nivel nacional:**

- **Construir una marca sólida:**

- ✓ Desarrollar una identidad de marca que logre un reconocimiento del 80% en encuestas de reconocimiento de marca.
- ✓ Comunicar el valor único de la marca a través de todos los canales de marketing, con un aumento del 30% en el engagement en redes sociales.

- **Participar en concursos y exposiciones de arte:**
  - ✓ Enviar obras a 5 concursos y exposiciones de arte nacionales, logrando al menos 2 premios o menciones honoríficas.
  - ✓ Establecer colaboraciones con 3 artistas reconocidos y 2 galerías de arte de renombre para exposiciones conjuntas.

#### **5.4. Discusión**

La combinación coherente de una misión inspiradora, una visión ambiciosa, metas, objetivos estratégicos SMART bien definidos y valores corporativos sólidos sitúa a MiFi en una posición privilegiada para alcanzar metas y superar los desafíos. La misión de MiFi, centrada en ofrecer retratos de mascotas de alta calidad, y su visión de liderazgo en el mercado son fundamentales para guiar todas las iniciativas estratégicas de la empresa.

Este enfoque estratégico no solo refuerza el compromiso de MiFi con la calidad y la innovación en el mercado de retratos de mascotas, sino que también establece las bases para un liderazgo continuo y sostenido en el mercado. Para maximizar este potencial, MiFi debe continuar evaluando su entorno competitivo, desarrollando planes de acción detallados y monitoreando de cerca el progreso hacia sus objetivos. Este enfoque garantiza un crecimiento consistente y sostenible, asegurando que MiFi no solo alcance, sino que supere sus metas a largo plazo, consolidando su posición como líder en el mercado de retratos de mascotas.

## 6. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para este Proyecto de Investigación basado en los Resultados de los Objetivos y la Entrevista a los Fundadores de MiFi en el competitivo mercado del arte pictórico de retratos de mascotas son:

Se sugiere mantener un enfoque constante en la calidad de productos y servicios para preservar la reputación y liderazgo en el mercado. Además, fortalecer la presencia en línea es de interés para alcanzar a un público más amplio y aumentar las ventas. Invertir en la capacitación del personal garantizará habilidades actualizadas y fomentará la creatividad en los productos. Es fundamental explorar nuevos mercados y oportunidades geográficas para expandir el negocio y aumentar los ingresos.

Además, se propone la viabilidad de realizar un análisis detallado de los procesos de producción ya que ayudará a identificar áreas de mejora que aumenten la eficiencia. Asimismo, desarrollar una estrategia de marketing digital integral, incluyendo redes sociales y publicidad digital, maximizará la visibilidad y el impacto de MiFi en el mercado. Es recomendable interactuar proactivamente con los clientes en redes sociales para promocionar productos y analizar resultados de campañas.

Por otra parte, establecer una tienda en línea permitirá aprovechar el comercio electrónico para llegar a nuevos clientes. Explorar colaboraciones estratégicas con tiendas locales, influencers y otras empresas creativas fortalecerá la base de clientes y la marca de MiFi. Por último, mantenerse al tanto de las tendencias del mercado del arte pictórico y adaptar rápidamente la oferta de productos a las demandas cambiantes de los consumidores será clave para mantener la competitividad y el crecimiento sostenido de MiFi.

Estas recomendaciones están diseñadas para optimizar la operación y estrategia de MiFi, permitiéndole consolidar su posición como líder en el mercado del arte pictórico de retratos de mascotas.

## 7. CONCLUSIONES

En conclusión, MiFi se ha establecido como un emprendimiento destacado en el mercado local, gracias a la calidad de sus productos, un enfoque interactivo en el servicio al cliente y un equipo altamente talentoso. Sin embargo, para alcanzar sus metas de expansión, enfrenta desafíos significativos como la optimización de sus procesos de producción y la mejora de su visibilidad en redes sociales. El aprovechamiento del crecimiento del comercio electrónico y la implementación de una sólida estrategia de marketing digital representan oportunidades clave para ampliar su mercado. Además, establecer colaboraciones estratégicas y participar activamente en eventos y ferias son pasos esenciales para atraer nuevos clientes.

Es fundamental que la organización se prepare para la competencia creciente en el sector y esté atento a posibles cambios en las preferencias del consumidor y las condiciones económicas. La adopción de medidas estratégicas como la optimización de procesos, la expansión en redes sociales y la adaptación ágil a las tendencias del mercado asegurarán no solo su competitividad sino también su crecimiento sostenido y éxito a largo plazo en el mercado del arte pictórico de retratos de mascotas.

Basado en los resultados de las matrices MEFE y MEFI, se demuestra una posición favorable para aprovechar oportunidades y mitigar amenazas en su entorno competitivo. Con balances positivos tanto en factores externos clave (3.03) como internos (3.21), la organización está bien equipada para prosperar en el mercado del arte pictórico. Aunque enfrenta desafíos como la competencia de nuevos entrantes y la necesidad de mejorar su presencia en redes sociales, se ha llegado a la conclusión de que se puede fortalecer su posición mediante estrategias adaptativas e inversiones estratégicas, asegurando así un crecimiento sostenido y consolidando su liderazgo en el sector.

Para finalizar se estableció una misión, visión, metas, objetivos estratégicos SMART y valores corporativos sólidos, su enfoque centrado en ofrecer retratos de mascotas de alta calidad y aspirar al liderazgo del mercado no solo refuerza su compromiso con la innovación, sino que también establece las bases para un liderazgo continuo y sostenido en su sector. Para maximizar este potencial, se debe seguir evaluando su entorno competitivo, desarrollando planes de acción detallados y monitoreando de cerca el progreso hacia sus objetivos. Este enfoque estratégico garantiza un crecimiento consistente y sostenible, asegurando que no solo alcance, sino que supere sus metas a largo plazo, consolidando así su posición como líder en el mercado de retratos de mascotas y exponiéndose a nuevas tendencias del arte.

**REFERENCIAS**

Arocena, J. (S.f). GLOBALIZACION, INTEGRACION Y DESARROLLO LOCAL Apuntes para la elaboración de un marco conceptual.

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/arocena.pdf>

Ayala, C. (2023). El estado de la economía naranja en América Latina. Global Americans.

<https://theglobalamericans.org/2023/02/el-estado-de-la-economia-naranja-en-america-latina/>

Chaparro González, F. V. (2015). Dirección por objetivos. Editorial Universidad Politécnica de Valencia.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/70633>

Chiavenato, I., Sapiro, A. (2017). Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones. McGraw-

Hill. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=5345>

Confecámaras. (2023). Más de 310 mil en empresas se crearon en Colombia en 2022. Confecámaras: Red de Cámaras de Comercio. <https://confecamaras.org.co/noticias/865-mas-de-310-mil-en-empresas-se-crearon-en-colombia-en-2022>

Daros, William. (2022) ¿Qué es un marco teórico? En: Enfoques. vol. XIV, nro. 1. pp. 73-112. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/259/25914108.pdf>. ISSN 1514-6006

Galán, M. C., & Hernández, y. P. (2020). Diseño de un plan estratégico para la empresa proyectos industriales S.A.S Obtenido de Repositorio UniCartagena:

[https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/10358/Trabajo%20de%20Grado\\_Plan%20estrategico%20Proyectos%20Industriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/10358/Trabajo%20de%20Grado_Plan%20estrategico%20Proyectos%20Industriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

García, L. (2017). Características y recomendaciones para escribir antecedentes de investigación.

Universidad Autónoma de Occidente. <https://celee.uao.edu.co/antecedentes-de-investigacion/>

- González Millán, J. J., & Rodríguez Díaz, M. T. (2019). Manual práctico de planeación estratégica. Ediciones Díaz de Santos. <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>
- Jaramillo, S. A., & Tenorio Delgado, J. A. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 3(1), 64–73  
<https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>
- Lorenzo, A. F. (2012). *Conceptos de estrategia Empresarial*. Madrid, España: Escuela de Organización Industrial. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56218114/Componente\\_digital-libre.pdf?1522683677=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConceptos\\_de\\_Estrategia\\_Empresarial\\_Ener.pdf&Expires=1700401636&Signature](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56218114/Componente_digital-libre.pdf?1522683677=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConceptos_de_Estrategia_Empresarial_Ener.pdf&Expires=1700401636&Signature)
- Lerma, A. E., & Juárez, S. B. (2012). *Planeación estratégica*. Alpha Editorial.
- Malhotra, N. K. (2016). *Investigación de mercados*.
- Mejía, R. M., & Mendoza, S. M. (2022). *Planeación estratégica Carlos Enrique Moreno*. Obtenido de Repositorio Universidad Santo Tomás:  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/47101/2022MorenoSantiago?sequence=6&isAllowed=y>
- Montuschi, L. (2008). Los valores personales y los valores corporativos en el comportamiento ético en la empresa (No. 384). *Serie Documentos de Trabajo*. <https://www.econstor.eu/handle/10419/84484>
- Moreta, M. (2018). *Planeación estratégica en PYMES: limitaciones, objetivos y estrategias*. UT Ciencia. <http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/utciencia/article/view/83>
- Ortiz-Díaz, M. I. (2017). Breve reseña acerca de la planeación estratégica. *Polo del conocimiento*, 2(4), 188-197. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/214>

Pescador, P. A. (2018). Propuesta De Plan Estratégico Para La Empresa. Obtenido De Repositorio

Universidad Libre Seccional Pereira:

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17396/PROPUESTA%20DE%20PLAN%20ESTRATEGICO.pdf?sequence=1>

Thompson, I. (2006). Misión y visión. Promonegocios. net, 1.

<https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

## ANEXOS

### **Anexo A: Formato de instrumento de recolección**

#### **Entrevista para el diagnóstico organizacional y formulación de planeación estratégica del emprendimiento Mifi**

Encabezado de Saludo:

Estimados [Nombre de los líderes de Mifi], espero se encuentren bien. Me dirijo a ustedes con el propósito de iniciar su participación en esta entrevista para llevar a cabo un proyecto de investigación sobre la propuesta de planificación estratégica en la empresa Mifi. Su experiencia y conocimiento son de gran valor para esta investigación, y su colaboración sería muy apreciada. Empecemos con la primera parte de esta entrevista:

La primera parte está enfocada en el diagnóstico organizacional, esto se hace con el objetivo de detectar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa Mifi.

Preguntas:

1. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la empresa Mifi?
2. ¿Qué aspectos internos cree que podrían mejorar dentro de la empresa?
3. ¿Qué oportunidades externas percibe que la empresa Mifi podría aprovechar en el mercado?
4. ¿Cuáles son las principales amenazas que enfrenta la empresa Mifi en su entorno competitivo?

La segunda parte se enfoca en analizar los entornos internos y externos de la organización.

Preguntas:

5. ¿Cuáles son los factores externos que considera que tienen un mayor impacto en el desempeño de la empresa Mifi?

6. ¿Cuáles son los factores internos que considera que están afectando positiva o negativamente el desarrollo de la empresa Mifi?

7. ¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa Mifi para enfrentar las oportunidades y amenazas identificadas en su entorno?

8. ¿Qué acciones considera que la empresa Mifi debería tomar para aprovechar sus fortalezas y mitigar sus debilidades internas?

Llegamos a la parte final de nuestra entrevista que se basa en Identificar la identidad organizacional del emprendimiento Mifi para la implementación de la misión, visión, valores corporativos, metas, objetivos estratégicos y estrategias.

Preguntas:

9. ¿Cómo describiría la cultura organizacional de la empresa Mifi?

10. ¿Cuál cree que es el propósito fundamental o la razón de ser de la empresa Mifi?

11. ¿Qué valores considera que son fundamentales para guiar las acciones y decisiones en la empresa Mifi?

12. ¿Cuáles son los principales objetivos estratégicos que la empresa Mifi busca alcanzar a corto, mediano y largo plazo?

Despedida y Agradecimiento:

Agradecemos sinceramente su tiempo y disposición al participar en esta entrevista. Sus aportes serán fundamentales para el desarrollo del proyecto y la implementación de la planificación estratégica en

la empresa Mifi. Quedamos a su disposición para cualquier consulta adicional y esperamos con interés nuestra próxima conversación.

## **Anexo B: Transcripción de entrevista**

Entrevista para el diagnóstico organizacional y formulación de planeación estratégica del emprendimiento Mifi

Encabezado de Saludo:

Estimada Fanny, espero se encuentren bien. Me dirijo a usted con el propósito de iniciar su participación en esta entrevista para llevar a cabo un proyecto de investigación sobre la propuesta de planificación estratégica en la empresa Mifi. Su experiencia y conocimiento son de gran valor para esta investigación, y su colaboración sería muy apreciada. Empecemos con la primera parte de esta entrevista:

La primera parte está enfocada en el diagnóstico organizacional, esto se hace con el objetivo de detectar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa Mifi.

Preguntas:

1. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la empresa Mifi?

Bueno, siento que las principales fortalezas de Mifi son varias. En primer lugar, estamos posicionados como líderes en el mercado de Fusagasugá en lo que respecta a productos de arte pictórico, particularmente en el ámbito de retratos de mascotas. Nuestra reputación en la comunidad nos respalda como una opción confiable y de calidad para aquellos que buscan obras de arte hechas a mano y originales en técnicas innovadoras como lo son bordados o técnicas mixtas que suelen llamar mucho la atención. Además, contamos con un equipo talentoso y apasionado que se esfuerza por ofrecer resultados excepcionales a nuestros clientes.

2. ¿Qué aspectos internos cree que podrían mejorar dentro de la empresa?

A pesar de nuestras fortalezas, como emprendimiento reconocemos que siempre hay áreas internas que pueden mejorarse. Por ejemplo, podríamos optimizar nuestros procesos de producción para aumentar la eficiencia y cumplir a tiempo con las entregas, ya que siento que nos falta sistematizar el tema de seguimiento de pedidos y entregas a tiempo. Además, fortalecer en el tema del manejo de las redes sociales, ya que es necesario darnos a conocer en otras regiones del país.

3. ¿Qué oportunidades externas percibe que la empresa Mifi podría aprovechar en el mercado?

En cuanto a oportunidades externas, como te decía creemos que hay un gran potencial para expandir nuestra presencia en el mercado digital. La creciente tendencia de las compras en línea y el comercio electrónico nos brinda la oportunidad de llegar a un público más amplio más allá de Fusagasugá y sus alrededores. Además, la colaboración con tiendas locales, participación de ferias como lo fue tribu en Fusagasugá, eventos comunitarios y asociaciones con otras empresas creativas podría abrir nuevas puertas para la exposición y ventas de nuestros productos.

4. ¿Cuáles son las principales amenazas que enfrenta la empresa Mifi en su entorno competitivo?

En cuanto a las amenazas, la falta de reconocimiento en el mercado fuera de Fusagasugá, también considero que la competencia es siempre un factor a tener en cuenta, a pesar que no tengamos una directa si hay más emprendimientos en el sector que ofrecen productos similares y pues existe el riesgo de que nuevos competidores ingresen al mercado o que los competidores existentes intensifiquen sus esfuerzos de marketing y oferta de productos. Además, los cambios en las preferencias del consumidor o condiciones económicas pueden afectar la demanda de nuestros productos.

La segunda parte se enfoca en analizar los entornos internos y externos de la organización.

## Preguntas:

5. ¿Cuáles son los factores externos que considera que tienen un mayor impacto en el desempeño de la empresa Mifi?

Los factores externos que tienen un mayor impacto en el desempeño de Mifi incluyen, en primer lugar, la situación económica tanto a nivel local como nacional. Fluctuaciones en la economía pueden influir en el poder adquisitivo de nuestros clientes y, por lo tanto, en la demanda de nuestros productos. Además, los cambios en las tendencias del mercado y en el comportamiento del consumidor son factores importantes a considerar. Por ejemplo, la creciente importancia del comercio electrónico y las preferencias cambiantes en cuanto a estilos y formas de arte pueden impactar nuestra estrategia de ventas y producción.

6. ¿Cuáles son los factores internos que considera que están afectando positiva o negativamente el desarrollo de la empresa Mifi?

En cuanto a los factores internos, algunos aspectos positivos que están impulsando el desarrollo de Mifi incluyen nuestro talentoso equipo de artistas y el compromiso con la calidad en cada obra que producimos. Sin embargo, aspectos como la eficiencia operativa y la gestión de entregas podrían estar afectando negativamente nuestro desarrollo.

7. ¿Cómo evaluaría la capacidad de la empresa Mifi para enfrentar las oportunidades y amenazas identificadas en su entorno?

La capacidad de Mifi para enfrentar las oportunidades y amenazas identificadas en su entorno se evaluaría en función de varios factores, incluyendo la flexibilidad estratégica, la capacidad de adaptación y la eficacia en la implementación de cambios. Además, la comunicación efectiva tanto interna como externamente es crucial para aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas de manera oportuna y efectiva.

8. ¿Qué acciones considera que la empresa Mifi debería tomar para aprovechar sus fortalezas y mitigar sus debilidades internas?

Mifi debería considerar tomar medidas como la implementación de tecnología para mejorar la eficiencia operativa, la diversificación de nuestra oferta de productos para satisfacer las cambiantes demandas del mercado, y la inversión en capacitación y desarrollo del personal para mantenernos a la vanguardia de las últimas tendencias y técnicas en el arte pictórico. Además, establecer alianzas estratégicas con proveedores locales y asociaciones creativas podría fortalecer nuestra posición en el mercado y ampliar nuestra base de clientes.

Llegamos a la parte final de nuestra entrevista que se basa en Identificar la identidad organizacional del emprendimiento Mifi para la implementación de la misión, visión, valores corporativos, metas, objetivos estratégicos y estrategias.

Preguntas:

9. ¿Cómo describiría la cultura organizacional de la empresa Mifi?

La cultura organizacional de Mifi se caracteriza por su enfoque en la creatividad, la calidad y el compromiso con la satisfacción del cliente. Fomentamos un ambiente colaborativo donde se valora la innovación y la excelencia en cada obra que producimos. Además, promovemos el respeto mutuo, la comunicación abierta y el trabajo en equipo como pilares fundamentales de nuestra cultura.

10. ¿Cuál cree que es el propósito fundamental o la razón de ser de la empresa Mifi?

El propósito fundamental de Mifi es brindar a nuestros clientes obras de arte únicas y personalizadas que capturen la esencia y la belleza de sus mascotas. Nos enorgullece la capacidad de transformar momentos especiales en piezas de arte que perduren en el tiempo y generen un vínculo emocional con nuestros clientes.

11. ¿Qué valores considera que son fundamentales para guiar las acciones y decisiones en la empresa Mifi?

Los valores fundamentales que guían nuestras acciones y decisiones en Mifi son la creatividad, la calidad, la integridad y el compromiso con la excelencia. Estos valores nos inspiran a buscar constantemente la innovación, a mantener altos estándares de calidad en cada etapa de nuestro proceso creativo, a actuar con honestidad y ética en todas nuestras interacciones, y a dedicarnos a superar las expectativas de nuestros clientes en cada obra que realizamos.

12. ¿Cuáles son los principales objetivos estratégicos que la empresa Mifi busca alcanzar a corto, mediano y largo plazo?

En términos de objetivos estratégicos, a corto plazo, nos enfocamos en consolidar nuestra presencia en el mercado local y fortalecer nuestras relaciones con los clientes existentes. A mediano plazo, buscamos expandirnos a nuevos mercados y aumentar nuestra participación en el mercado digital a través de estrategias de marketing y ventas en línea. A largo plazo, aspiramos a convertirnos en un referente reconocido a nivel nacional e internacional en el arte pictórico de retratos de mascotas, manteniendo siempre nuestra dedicación a la calidad y la satisfacción del cliente como nuestro principal enfoque.

Despedida y Agradecimiento:

Agradecemos sinceramente su tiempo y disposición al participar en esta entrevista. Sus aportes serán fundamentales para el desarrollo del proyecto y la implementación de la planificación estratégica en la empresa Mifi. Quedamos a su disposición para cualquier consulta adicional y esperamos con interés nuestra próxima conversación.