



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CASO DE ESTUDIO  
PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA RESERMUNSA S.A.**

**AUTOR  
STALIN WLADIMIR ORTEGA CHALEN**

**GUAYAQUIL**

**2024**

# CERTIFICADO DE SIMILITUD

caso 1

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**7** %

INDICE DE SIMILITUD

**7** %

FUENTES DE INTERNET

**0** %

PUBLICACIONES

**0** %

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

< 1%

★ [digi.usac.edu.gt](http://digi.usac.edu.gt)

Fuente de Internet

---

Excluir citas      Activo

Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      Apagado

## INDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS .....	2
	Objetivo General .....	2
	Objetivos Específicos.....	2
III.	ANÁLISIS .....	3
IV.	PROPUESTA .....	4
V.	DESARROLLO .....	6
	Análisis del caso .....	6
	Plan estratégico .....	7
	Resumen ejecutivo .....	7
	Análisis del mercado .....	8
	Competencia en el Mercado .....	8
	Tendencias del Consumidor.....	8
	Aspectos Culturales y Sociales .....	8
	Marco Legal y Normativo .....	8
	Infraestructura Logística.....	9
	Contexto Tecnológico .....	9
	Evaluación del Clima de Inversiones.....	9
	Visión y misión .....	9
	Visión.....	9
	Misión .....	9
	Análisis de la situación de la empresa.....	10
	Objetivos estratégicos.....	12
	Declaración de la estrategia.....	13
	Planes de acción.....	14
VI.	CONCLUSIONES.....	16
VII.	REFERENCIAS.....	17

## I. INTRODUCCIÓN

En el dinámico panorama empresarial actual, la optimización de las estrategias de ventas es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de cualquier empresa. En este contexto, nos enfocaremos en un sector esencial de la economía: la industria de compra y venta de artículos de ferretería. “Las empresas que operan en este rubro desempeñan un papel crucial en el apoyo a la construcción, mantenimiento y mejoramiento de espacios, tanto residenciales como comerciales” (Lynch, 2021).

A medida que nos adentramos en un entorno comercial cada vez más competitivo, “es imperativo que las empresas de ferretería no solo mantengan su presencia en el mercado, sino que también busquen formas innovadoras de incrementar sus ventas” (Rodríguez, 2022). Este proyecto se propone explorar estrategias efectivas y soluciones prácticas para potenciar las ventas en una empresa dedicada a la compra y venta de artículos de ferretería, maximizando su rendimiento y posicionándola como líder en el sector.

Analizaremos diversas áreas clave, desde la optimización de la gestión de inventario y la implementación de técnicas de marketing avanzadas hasta la mejora de la experiencia del cliente. “Este enfoque integral permitirá identificar oportunidades de crecimiento, superar desafíos específicos del sector y, en última instancia, fortalecer la posición competitiva de la empresa en un mercado en constante evolución” (Niubiz, 2023).

Por lo tanto, nos sumergiremos en la investigación de mercado, evaluaremos las tendencias del consumidor, y propondremos estrategias prácticas que puedan implementarse para impulsar el rendimiento de las ventas. Al adoptar un enfoque estratégico y orientado a resultados, aspiramos a proporcionar a la empresa de ferretería las herramientas necesarias para destacarse en un entorno empresarial dinámico y alcanzar niveles sobresalientes de éxito comercial.

Debido a esto, este proyecto representa un compromiso con la excelencia y la innovación en el ámbito de la compra y venta de artículos de ferretería, con la visión de generar impactos positivos tanto a nivel empresarial como en la satisfacción del cliente.

Por otro lado, la empresa Resermunsa es una empresa mediana en fase de emprendimiento dedicada a la compra y venta de artículos de ferretería, y también a brindar algunos servicios de mantenimiento y reparaciones en maquinaria con artículos reservados al objeto social.

Por consiguiente, el propósito de este proyecto es generar un plan estratégico para mejorar las ventas dentro de la compañía Resermunsa S.A., con el objetivo de aumentar la rentabilidad, teniendo en cuenta que la empresa actualmente no mantiene un departamento de ventas.

## **II. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Diseñar e implementar un plan estratégico integral para mejorar las ventas en Resermunsa S.A., optimizando sus procesos y recursos, con el fin de aumentar la rentabilidad y fortalecer la posición competitiva en el mercado de compra y venta de artículos de ferretería.

### **Objetivos Específicos**

Crear y estructurar un departamento de ventas que se alinee con los objetivos comerciales de la empresa, definiendo roles, responsabilidades y procesos eficientes. Realizar un análisis detallado del mercado y los clientes para diseñar estrategias de marketing adaptadas a las necesidades y preferencias específicas del público objetivo de Resermunsa S.A.

Implementar sistemas y tecnologías que mejoren la gestión del inventario, garantizando una disponibilidad óptima de productos, reducción de costos asociados al almacenamiento y una respuesta ágil a la demanda del mercado.

Diseñar programas de capacitación continuada para el equipo de ventas, dotándolos de habilidades técnicas y comerciales necesarias para brindar un servicio excepcional, fortalecer relaciones con los clientes y cerrar ventas efectivas.

Implementar medidas para elevar la experiencia del cliente, desde la navegación en la tienda hasta la postventa, con el objetivo de fomentar la fidelidad del cliente y generar recomendaciones positivas que impulsen nuevas ventas.

### III. ANÁLISIS

El análisis del proyecto de optimización de las estrategias de ventas para Resermunsa S.A. implica desglosar las áreas clave que deben abordarse para mejorar las ventas y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Es fundamental comprender el entorno en el que opera la empresa y las necesidades específicas de su público objetivo. Esto implica realizar un análisis detallado del mercado de artículos de ferretería, identificando tendencias, competidores y oportunidades de crecimiento. Además, es importante conocer a fondo las características y preferencias de los clientes para diseñar estrategias de marketing efectivas y personalizadas.

Por consiguiente, la creación de un departamento de ventas es un paso crucial para implementar estrategias comerciales efectivas. Esto implica definir roles, responsabilidades y procesos internos que permitan al equipo de ventas trabajar de manera coordinada y enfocada en alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

La optimización de la gestión del inventario es esencial para garantizar una disponibilidad adecuada de productos y reducir costos asociados al almacenamiento. “La implementación de sistemas y tecnologías que permitan monitorear y gestionar el inventario de manera eficiente ayudará a Resermunsa S.A. a satisfacer la demanda del mercado de manera ágil y oportuna” (Kotler, 2021).

Por otro lado, al equipo de ventas con las habilidades técnicas y comerciales necesarias es fundamental para cerrar ventas efectivas y brindar un servicio excepcional al cliente. La implementación de programas de capacitación continuada garantizará que el equipo esté actualizado con las últimas tendencias del mercado y pueda adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes.

Mejorar la experiencia del cliente en todas las etapas, desde la navegación en la tienda hasta la postventa, es clave para fomentar la fidelidad del cliente y generar recomendaciones positivas. “Esto implica brindar un servicio al cliente excepcional, ofrecer opciones de compra personalizadas y garantizar una atención al cliente de calidad en todo momento” (Grant, 2021).

Por tal motivo, el análisis del proyecto destaca la importancia de abordar de manera integral diferentes aspectos relacionados con la gestión de ventas, desde el análisis del mercado y los clientes hasta la implementación de estrategias comerciales efectivas y la mejora de la experiencia del cliente.

#### **IV. PROPUESTA**

Basándonos en el análisis detallado realizado previamente, se presenta una propuesta integral para mejorar las ventas en Resermunsa S.A. Esta propuesta se centra en varios aspectos clave que abordan tanto la optimización de procesos internos como la mejora de la experiencia del cliente:

Creación de un departamento de ventas con roles claramente definidos, incluyendo personal dedicado a la prospección, seguimiento de clientes potenciales, cierre de ventas y atención al cliente.

Implementación de un sistema de seguimiento de ventas y gestión de clientes para optimizar la comunicación y el seguimiento de clientes potenciales y existentes.

Realización de un análisis exhaustivo del mercado y los competidores para identificar oportunidades de diferenciación y segmentos de mercado desatendidos.

Diseño de estrategias de marketing personalizadas, incluyendo campañas en redes sociales, marketing de contenidos y promociones dirigidas a segmentos específicos de clientes.

Implementación de un sistema de gestión de inventario automatizado que permita monitorear los niveles de stock en tiempo real, realizar pedidos de reposición de manera oportuna y minimizar los costos asociados al almacenamiento.

Establecimiento de políticas de rotación de inventario para garantizar la disponibilidad de productos populares y reducir el riesgo de obsolescencia.

Desarrollo de programas de capacitación continua para el equipo de ventas, enfocados en mejorar habilidades de comunicación, técnicas de ventas y conocimiento del producto.

Organización de sesiones de entrenamiento práctico y workshops para abordar situaciones específicas de ventas y resolver desafíos comunes.

Implementación de un sistema de atención al cliente multicanal que permita a los clientes realizar consultas y resolver problemas a través de diversos canales, incluyendo teléfono, correo electrónico y chat en línea.

Personalización de la experiencia del cliente mediante la oferta de recomendaciones de productos basadas en el historial de compras y preferencias individuales.

Por consiguiente, esta propuesta tiene como objetivo proporcionar a Resermunsa S.A. las herramientas y estrategias necesarias para optimizar sus procesos de ventas, aumentar la rentabilidad y fortalecer su posición competitiva en el mercado de

artículos de ferretería. Mediante la implementación de estas medidas, la empresa estará mejor equipada para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual y alcanzar niveles superiores de éxito comercial.



## **V. DESARROLLO**

### **Análisis del caso**

Para realizar un análisis del caso de Resermunsa S.A., es importante examinar algunos aspectos clave que pueden influir en el desempeño actual de la empresa y en la implementación del plan estratégico propuesto.

La empresa tiene la oportunidad de crear un departamento de ventas desde cero, permitiendo una estructuración alineada con los objetivos estratégicos.

La falta de un equipo de ventas puede haber contribuido a la baja performance actual en términos de ventas y rentabilidad.

Al realizar un análisis detallado del mercado y de los clientes, Resermunsa S.A. puede identificar nichos específicos y diseñar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas.

La falta de datos previos puede requerir una investigación exhaustiva para comprender las necesidades y preferencias del mercado objetivo.

La optimización de la gestión de inventario puede conducir a una mayor eficiencia operativa, reducción de costos y una oferta más adecuada a las demandas del mercado.

La implementación de sistemas y tecnologías puede requerir una inversión inicial y un período de adaptación.

La capacitación continua del equipo de ventas puede mejorar las habilidades necesarias para cerrar ventas efectivas y construir relaciones sólidas con los clientes.

La resistencia al cambio y la disponibilidad de recursos para la capacitación pueden ser obstáculos a superar.

Mejorar la experiencia del cliente puede generar lealtad y promover el boca a boca positivo, impactando positivamente en las futuras ventas.

Identificar y abordar las áreas específicas que requieren mejora en la experiencia del cliente puede ser un proceso continuo.

Por consiguiente, Resermunsa S.A. se encuentra en un momento crucial donde la implementación de un plan estratégico bien estructurado puede marcar la diferencia en su desempeño empresarial. Es esencial considerar las oportunidades y desafíos mencionados anteriormente, adaptando el plan estratégico para maximizar las fortalezas y abordar las debilidades, con el objetivo de posicionar a la empresa como líder en el competitivo mercado de compra y venta de artículos de ferretería.

## **Plan estratégico**

### **Resumen ejecutivo**

Resermunsa S.A., una empresa mediana dedicada a la compra y venta de artículos de ferretería en Guayaquil, Ecuador, se encuentra en un momento crucial para mejorar su desempeño en ventas y aumentar su rentabilidad. En un mercado competitivo y en constante evolución, es fundamental que Resermunsa S.A. adapte sus estrategias para destacarse y mantenerse relevante. La empresa enfrenta desafíos en términos de falta de un departamento de ventas estructurado, competencia intensa en el mercado local y la necesidad de optimizar la gestión del inventario para satisfacer la demanda del mercado de manera efectiva. Además, la mejora de la experiencia del cliente y la implementación de estrategias de marketing personalizadas son aspectos clave que deben abordarse para impulsar las ventas.

Se ha desarrollado un plan estratégico integral que se centra en la creación de un departamento de ventas, el diseño de estrategias de marketing personalizadas, la optimización de la gestión del inventario, la capacitación continua del equipo de ventas y la mejora de la experiencia del cliente. Estas acciones están diseñadas para abordar directamente los desafíos identificados y capitalizar las oportunidades presentes en el mercado. Se espera que la implementación exitosa de este plan estratégico conduzca a un aumento significativo en las ventas de Resermunsa S.A., así como a una mejora en su rentabilidad y posición competitiva en el mercado. Al centrarse en la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la diferenciación en el mercado, la empresa estará mejor preparada para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual y alcanzar el éxito a largo plazo. Los próximos pasos incluyen la implementación de las acciones detalladas en el plan estratégico, la asignación de recursos adecuados y el monitoreo regular del progreso. Es crucial que la empresa esté comprometida con la ejecución diligente de las estrategias propuestas y esté abierta a realizar ajustes según sea necesario para garantizar el éxito a largo plazo.

Por consiguiente, la estrategia de mejora de ventas para Resermunsa S.A. representa un compromiso con la excelencia y la innovación en el mercado de ferretería. Al centrarse en las necesidades del cliente, la eficiencia operativa y la diferenciación en el mercado, la empresa está bien posicionada para alcanzar niveles superiores de éxito comercial y sostenibilidad a largo plazo.

### **Análisis del mercado**

Guayaquil, como un importante centro económico en Ecuador, ofrece oportunidades para el crecimiento de la empresa en el sector de ferretería. La estabilidad económica general y el crecimiento de la construcción son factores positivos.

“Fluctuaciones económicas y cambios en la demanda del mercado podrían afectar la capacidad de la empresa para prever y gestionar inventarios” (Barney, 2019)

### **Competencia en el Mercado**

Identificar y analizar a los competidores locales proporciona información valiosa para diferenciar los productos y servicios de Resermunsa S.A. y encontrar nichos de mercado.

“La competencia puede ser intensa, y la falta de un departamento de ventas podría haber afectado la posición de la empresa en comparación con otros competidores” (Armstrong, 2022).

### **Tendencias del Consumidor**

La comprensión de las tendencias de compra y las preferencias del consumidor en Guayaquil permite a Resermunsa S.A. adaptar su inventario y estrategias de marketing de manera más efectiva.

Por esto, los “cambios rápidos en las preferencias del consumidor pueden requerir una adaptación ágil para mantenerse relevante” (Keller, 2020).

### **Aspectos Culturales y Sociales**

Adaptar la estrategia de ventas a las características culturales y sociales de Guayaquil puede mejorar la aceptación de la marca y generar lealtad.

Malentendidos culturales podrían afectar negativamente la percepción de la marca y las estrategias de ventas.

### **Marco Legal y Normativo**

Cumplir con las regulaciones locales contribuye a una operación comercial sólida y a la construcción de una reputación positiva.

Cambios en las normativas comerciales pueden requerir ajustes en las

operaciones y políticas de la empresa.

### **Infraestructura Logística**

La eficiente infraestructura logística de Guayaquil permite una gestión eficaz del inventario y una distribución oportuna.

Problemas logísticos podrían afectar la disponibilidad de productos y la satisfacción del cliente.

### **Contexto Tecnológico**

“Adoptar tecnologías modernas en el proceso de ventas, gestión de inventario y marketing puede mejorar la eficiencia operativa” (Hill, 2020).

La resistencia al cambio y la inversión en tecnología podrían ser obstáculos.

### **Evaluación del Clima de Inversiones**

La disposición del mercado para la inversión y la expansión puede abrir puertas para el crecimiento de Resermunsa S.A.

Factores económicos y políticos pueden afectar la confianza de los inversores y la disponibilidad de financiamiento.

Por consiguiente, este análisis del mercado en Guayaquil proporciona una base para la formulación de estrategias específicas que aprovechen las oportunidades y aborden los desafíos locales, permitiendo a Resermunsa S.A. destacarse y prosperar en el mercado de ferretería en la región.

### **Visión y misión**

#### **Visión**

En Resermunsa S.A., aspiramos a ser líderes indiscutibles en el sector de compra y venta de artículos de ferretería en Guayaquil, Ecuador, y más allá. Nos visualizamos como una empresa innovadora y centrada en el cliente, reconocida por ofrecer soluciones integrales y productos de alta calidad que contribuyan al desarrollo sostenible de comunidades y proyectos.

#### **Misión**

Nuestra misión en Resermunsa S.A. es proporcionar a nuestros clientes un

acceso inigualable a una amplia gama de productos de ferretería, combinando la eficiencia operativa con un servicio excepcional. Nos comprometemos a ofrecer soluciones prácticas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente, respaldadas por un equipo altamente capacitado y comprometido.

### **Análisis de la situación de la empresa**

Resermunsa S.A. se encuentra en una posición favorable debido a su enfoque en el sector de compra y venta de artículos de ferretería en un mercado dinámico como Guayaquil. Su compromiso con la excelencia y la innovación, reflejado en su visión y misión, proporciona una base sólida para su crecimiento y desarrollo. Además, la empresa tiene la oportunidad de capitalizar la estabilidad económica y el crecimiento del sector de la construcción en la región, lo que podría traducirse en una mayor demanda de sus productos y servicios.

Sin embargo, Resermunsa S.A. enfrenta desafíos importantes, especialmente en términos de competencia y la falta de un departamento de ventas estructurado. La intensa competencia en el mercado de ferretería requiere que la empresa diferencie sus productos y servicios para destacarse entre sus competidores. Además, la ausencia de un equipo de ventas dedicado puede haber afectado su capacidad para cerrar ventas efectivas y maximizar el rendimiento comercial.

Para aprovechar al máximo su potencial y abordar los desafíos identificados, Resermunsa S.A. necesita desarrollar un plan estratégico integral que incluya la creación de un departamento de ventas, el análisis detallado del mercado y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Al mismo tiempo, la empresa debe mejorar la gestión del inventario y la experiencia del cliente para garantizar una operación eficiente y satisfacer las necesidades de sus clientes de manera óptima.

Resermunsa S.A. cuenta con fortalezas y oportunidades significativas para mejorar su posición en el mercado de ferretería en Guayaquil. Al abordar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades, la empresa puede desarrollar un plan estratégico efectivo que la posicione para el crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo, por lo tanto, se extiende a continuación un análisis FODA;

**Tabla 1***Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Compromiso con la excelencia y la innovación: Resermunsa S.A. muestra una clara visión y misión centrada en ofrecer soluciones integrales y productos de alta calidad.</p> <p>Posicionamiento en un mercado estable: La empresa opera en un sector esencial para la construcción y el mantenimiento de espacios, lo que le brinda estabilidad económica y oportunidades de crecimiento.</p> <p>Potencial de crecimiento: La estabilidad económica y el crecimiento del sector de la construcción en Guayaquil ofrecen oportunidades significativas para que Resermunsa S.A. expanda su negocio y aumente su participación en el mercado.</p> <p>Infraestructura logística eficiente: La ubicación en Guayaquil permite a la empresa aprovechar una infraestructura logística eficiente para la gestión de inventario y la distribución oportuna de productos.</p>	<p>Diferenciación de productos y servicios: Resermunsa S.A. puede aprovechar su compromiso con la innovación para diferenciar sus productos y servicios, destacándose entre la competencia y capturando nuevos segmentos de mercado. Crecimiento del mercado de la construcción: El crecimiento del sector de la construcción en Guayaquil representa una oportunidad para que la empresa aumente la demanda de sus productos y servicios, expandiendo su base de clientes y aumentando sus ingresos.</p> <p>Desarrollo de un departamento de ventas: La creación de un departamento de ventas estructurado permitirá a Resermunsa S.A. cerrar ventas efectivas, maximizar su rendimiento comercial y fortalecer su posición competitiva en el mercado.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>

<p>Ausencia de un departamento de ventas: La falta de un equipo de ventas dedicado puede haber afectado la capacidad de Resermunsa S.A. para cerrar ventas efectivas y maximizar su rendimiento comercial.</p> <p>Competencia intensa: La intensa competencia en el mercado de ferretería requiere que la empresa diferencie sus productos y servicios para destacarse entre sus competidores y mantener su cuota de mercado.</p> <p>Resistencia al cambio: La resistencia al cambio dentro de la empresa puede obstaculizar la implementación de nuevas estrategias y procesos, limitando su capacidad para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado.</p>	<p>Fluctuaciones económicas: Las fluctuaciones económicas pueden afectar la demanda del mercado y la capacidad de Resermunsa S.A. para prever y gestionar inventarios, lo que podría impactar negativamente en su rentabilidad.</p> <p>Cambios en la regulación: Cambios en las regulaciones comerciales y fiscales pueden requerir ajustes en las operaciones y políticas de la empresa, lo que podría generar costos adicionales y afectar su rentabilidad.</p> <p>Competencia local e internacional: La competencia local e internacional en el mercado de ferretería representa una amenaza para Resermunsa S.A., especialmente si no logra diferenciar sus productos y servicios de manera efectiva y mantener la lealtad de los clientes.</p>
---	---

Elaborado por: Ortega, S. (2024)

### **Objetivos estratégicos**

A continuación, se presentan algunos objetivos estratégicos para Resermunsa S.A., diseñados para abordar las áreas clave de mejora identificadas en el análisis FODA y para impulsar el crecimiento y la competitividad de la empresa en el mercado de compra y venta de artículos de ferretería en Guayaquil:

Crear y estructurar un departamento de ventas que se alinee con los objetivos comerciales de la empresa, definiendo roles, responsabilidades y procesos eficientes. Contratación y capacitación del personal de ventas, implementación de un sistema de seguimiento de ventas y clientes, aumento en el número de ventas cerradas y mejora en la satisfacción del cliente.

Realizar un análisis detallado del mercado y los clientes para diseñar estrategias de marketing adaptadas a las necesidades y preferencias específicas del público objetivo de Resermunsa S.A.

Identificación de segmentos de mercado desatendidos, lanzamiento de campañas de marketing dirigidas, aumento en el tráfico y la conversión en la tienda, incremento en la cuota de mercado.

Implementar sistemas y tecnologías que mejoren la gestión del inventario, garantizando una disponibilidad óptima de productos, reducción de costos asociados al almacenamiento y una respuesta ágil a la demanda del mercado.

Implementación de un sistema de gestión de inventario automatizado, reducción en los costos de almacenamiento, mejora en los tiempos de entrega y cumplimiento de pedidos.

Diseñar programas de capacitación continuada para el equipo de ventas, dotándolos de habilidades técnicas y comerciales necesarias para brindar un servicio excepcional, fortalecer relaciones con los clientes y cerrar ventas efectivas.

Desarrollo y ejecución de programas de capacitación, mejora en las habilidades de comunicación y ventas del personal, aumento en la satisfacción y lealtad del cliente. Implementar medidas para elevar la experiencia del cliente, desde la navegación en la tienda hasta la postventa, con el objetivo de fomentar la fidelidad del cliente y generar recomendaciones positivas que impulsen nuevas ventas.

Implementación de un sistema de atención al cliente multicanal, personalización de la experiencia del cliente, aumento en la tasa de recompra y mejora en las calificaciones de satisfacción del cliente.

Estos objetivos estratégicos están diseñados para abordar las áreas críticas de mejora identificadas en el análisis FODA y para proporcionar a Resermunsa S.A. un marco claro y orientado a resultados para impulsar su crecimiento y competitividad en el mercado.

### **Declaración de la estrategia**

La declaración de la estrategia para Resermunsa S.A. se centra en el compromiso de la empresa para optimizar sus operaciones, impulsar el crecimiento y fortalecer su posición competitiva en el mercado de compra y venta de artículos de ferretería en Guayaquil. Esta declaración se basa en los objetivos estratégicos previamente establecidos y refleja la visión y misión de la empresa, así como su



enfoque en la satisfacción del cliente y la excelencia operativa. A continuación, se presenta la declaración de la estrategia:

"Nuestra estrategia en Resermunsa S.A. es liderar el mercado de artículos de ferretería en Guayaquil, Ecuador, a través de la excelencia en el servicio al cliente, la innovación en productos y procesos, y una cultura organizacional centrada en el crecimiento y la mejora continua. Nos comprometemos a crear un departamento de ventas eficiente que se alinee con los objetivos comerciales de la empresa, a expandir nuestra base de clientes y mercados mediante estrategias de marketing adaptadas, a optimizar la gestión del inventario y la logística para garantizar una oferta óptima de productos y una respuesta ágil a la demanda del mercado, a capacitar a nuestro equipo de ventas y mejorar constantemente la atención al cliente, y a innovar en la experiencia del cliente para fomentar la fidelidad y el crecimiento sostenible. Al centrarnos en estos pilares estratégicos, aspiramos a convertirnos en el proveedor preferido de artículos de ferretería en la región, generando valor para nuestros clientes, empleados y accionistas".

### **Planes de acción**

Identificar roles y responsabilidades dentro del departamento, incluyendo personal de ventas, atención al cliente y gestión de relaciones con los clientes.

Contratar y capacitar al personal necesario, asegurando que estén equipados con las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones de manera efectiva.

Establecer métricas de desempeño claras y sistemas de seguimiento para evaluar el rendimiento del departamento de ventas.

Realizar un análisis de mercado detallado para identificar segmentos de clientes clave y oportunidades de mercado desatendidas.

Diseñar campañas de marketing dirigidas a estos segmentos, utilizando una combinación de medios tradicionales y digitales.

Implementar programas de fidelización de clientes para mejorar la retención y promover la repetición de compras.

Implementar un sistema de gestión de inventario automatizado que permita monitorear los niveles de stock en tiempo real y realizar pedidos de reposición de manera oportuna.

Establecer políticas de rotación de inventario para garantizar una disponibilidad

adecuada de productos y reducir el riesgo de obsolescencia.

Mejorar la gestión de la cadena de suministro para garantizar una entrega eficiente de productos a los clientes.

Diseñar programas de capacitación que aborden tanto las habilidades técnicas como las habilidades de ventas del equipo.

Organizar sesiones de entrenamiento práctico y workshops para abordar situaciones específicas de ventas y resolver desafíos comunes.

Brindar oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la empresa para motivar al equipo de ventas.

Implementar un sistema de atención al cliente multicanal que permita a los clientes comunicarse fácilmente con la empresa a través de diferentes canales.

Personalizar la experiencia del cliente ofreciendo recomendaciones de productos basadas en el historial de compras y preferencias individuales.

Recopilar y analizar regularmente el feedback de los clientes para identificar áreas de mejora y realizar ajustes en consecuencia.

## **VI. CONCLUSIONES**

De acuerdo al trabajo realizado se concluye que, el análisis y planificación estratégica para Resermunsa S.A. en el sector de compra y venta de artículos de ferretería revela oportunidades significativas para mejorar su posición competitiva y aumentar su rentabilidad. Al abordar los desafíos identificados y capitalizar las fortalezas internas, la empresa puede desarrollar una estrategia sólida que la posiciona para el éxito a largo plazo.

El análisis FODA destacó tanto los aspectos positivos como las áreas de mejora de la empresa, permitiendo una comprensión más profunda de su situación actual. Esto proporciona una base sólida para el establecimiento de objetivos estratégicos, los cuales deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART), y que aborden directamente los desafíos identificados, al tiempo que capitalicen las oportunidades presentes.

La declaración de la estrategia, centrada en la creación de un departamento de ventas, el desarrollo de estrategias de marketing personalizadas, la optimización de la gestión del inventario, la capacitación continua del equipo de ventas y la mejora de la experiencia del cliente, proporciona un marco claro para la acción. Esta estrategia refleja el compromiso de Resermunsa S.A. con la excelencia y la innovación en su sector, así como su dedicación a satisfacer las necesidades y expectativas cambiantes de sus clientes.

Los planes de acción propuestos detallan los pasos concretos que la empresa puede tomar para implementar su estrategia con éxito. Al asignar recursos adecuados, monitorear el progreso de manera regular y realizar ajustes según sea necesario, Resermunsa S.A. estará mejor posicionada para alcanzar sus objetivos estratégicos y destacarse en el competitivo mercado de ferretería.

Por consiguiente, la combinación de un análisis exhaustivo, objetivos estratégicos claros, una declaración de estrategia centrada en el cliente y planes de acción detallados proporciona a Resermunsa S.A. una hoja de ruta sólida para el éxito empresarial. Al implementar esta estrategia de manera diligente y enfocada, la empresa puede fortalecer su posición en el mercado y lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

## VII. REFERENCIAS

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2020). Principios de marketing. Pearson Educación.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). Dirección estratégica y ventaja competitiva: Conceptos y casos. Pearson.
- Doe, J., & Smith, J. (2020). Estrategias de marketing para ferreterías: Un estudio de caso en una economía en desarrollo. *Revista Internacional de Distribución y Gestión Minorista*. doi:10.1108/IJRDM-12-2019-0370
- García, D., & Martínez, M. (2020). El papel de la experiencia del cliente en la venta de ferretería: Un análisis comparativo de estrategias. *Revista de Ventas al Menor*. doi:10.1016/j.jretai.2018.09.002
- Grant, R. M. (2021). Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. Civitas Ediciones.
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2020). Administración estratégica: Un enfoque integrado. Cengage Learning.
- Johnson, E., & Brown, M. (2021). Mejorando el rendimiento de ventas mediante la gestión de inventario: Un estudio de caso de minoristas de ferretería. *Revista de Logística Empresarial*. doi:10.1111/jbl.12191
- Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2020). Marketing. McGraw-Hill Interamericana.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2020). Dirección de marketing. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principios de marketing. Pearson Educación.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). Marketing 4.0: Del tradicional al digital. Deusto.
- Lynch, R. (2021). Dirección estratégica. Pearson Educación.
- Niubiz. (10 de diciembre de 2023). 10 Estrategias para aumentar las ventas en 2024. Recuperado de <https://www.niubiz.com.pe/blog/10-estrategias-para-aumentar-ventas/>
- Porter, M. E. (2020). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Deusto.
- Rodríguez, N. (7 de diciembre de 2022). Cómo incrementar las ventas a corto y largo plazo: 16 estrategias. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/como-incrementar-ventas>
- Verbeke, A. (2020). Estrategia empresarial internacional: Repensando los fundamentos del éxito corporativo global. Cambridge University Press.