

RESUMEN

La planificación es una herramienta gerencial que permite proyectarse hacia el futuro, a través maniobras estratégicas; sustentándose bajo la ley de causa-efecto, y la premisa de que nada sucede al azar, sino como efecto necesario de una o más causas, debido a los cambios producidos dentro de los diferentes escenarios considerados de manera optimista, pesimista y real. AICA es una empresa de importación y comercialización de productos para el sector agropecuario que a la vez realiza su incursión en actividades del sector de bienes raíces a través de la venta de quintas vacacionales en el sector de Noroccidente de Pichincha. Esta tesis pretende una adecuada PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA 2011 – 2016, que permita establecer un plan de mercadeo y un plan estratégico a través del análisis propio del macroambiente (PEST) y del microambiente (PORTER) definiendo una matriz FODA para optimizar recursos, mejorando índices de venta e incrementando los actuales márgenes de utilidad a través del conocimiento profundo de la empresa. En este documento se ha realizado un profundo análisis interno del cual se han derivado fortalezas y debilidades para crear el cuadro MEFE y MEFI, que posteriormente definirá un plan de acción para cumplir con los objetivos trazados. Se ha examinado detenidamente la filosofía empresarial que plasman de una manera objetiva la razón de ser, el propósito a futuro y el marco ético para la toma de decisiones en AICA. Por medio del Balanced Scorecard (BSC) se traduce la estrategia en términos operacionales, considerando la Visión y la Estrategia de la organización y definiendo objetivos, mediciones, targets e iniciativas en las perspectivas: financiera, del cliente, de los procesos internos, del aprendizaje y el crecimiento.