



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE CUENCA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL PIROTÉCNICO DE LA ZONA 6.**  
**CASO DE ESTUDIO: EMPRESA ACMIF**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
título de Licenciado en Administración de Empresas

**AUTOR: JOSÉ JACINTO POMAVILLA LAZO**

**TUTOR: ING. JOHN EULOGIO GONZÁLEZ ARGUDO**

Cuenca - Ecuador

2022

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

Yo, José Jacinto Pomavilla Lazo con documento de identificación N° 0302426564, manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 15 de julio del 2022

Atentamente,



---

José Jacinto Pomavilla Lazo

0302426564

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, José Jacinto Pomavilla Lazo con documento de identificación N° 0302426564, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Análisis de caso: “Análisis del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6. Caso de estudio: empresa ACMIF”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 15 de julio del 2022

Atentamente,



---

José Jacinto Pomavilla Lazo

0302426564

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, John Eulogio González Argudo con documento de identificación N° 0101886323, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL PIROTÉCNICO DE LA ZONA 6. CASO DE ESTUDIO: EMPRESA ACMIF, realizado por José Jacinto Pomavilla Lazo con documento de identificación N° 0302426564, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Análisis de caso, que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 15 de julio del 2022

Atentamente,



---

Ing. John Eulogio González Argudo

0101886323

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado primeramente a mi Dios por darme salud y vida así mismo quiero dedicar a mis padres en recompensa por todo el esfuerzo a mi dedicado.

José Pomavilla

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi agradecimiento imperecedero a la Universidad Politécnica Salesiana, a mi tutor Ing. John González, mi agradecimiento a mis padres y a mis seres queridos que de una u otro manera han contribuido para alcanzar esta meta.

José Pomavilla

## RESUMEN

La pandemia del COVID-19 trajo consigo una profunda recesión en el Ecuador que afectó a toda la economía, siendo, algunos de los sectores más afectados los de la artesanía. En este sector artesanal está la industria de la pirotecnia y dentro de esta se encuentra la empresa ACMIF, cuyo fin es la producción y venta de juegos pirotécnicos, en esta, no se ha realizado diagnóstico alguno sobre su situación actual. Es por ello que, el actual trabajo de titulación tiene como objetivo general analizar el sector artesanal pirotécnico de la Zona 6, especialmente la Empresa ACMIF. Con el fin de identificar su realidad tanto estructural como económica, para este análisis se utilizará diferentes estrategias que permitan determinar las debilidades en el proceso productivo, en sus costos, en su organización, respaldados con un marco teórico que permitan comprender estos aspectos y determinar conclusiones y recomendaciones fruto del análisis de resultados que se los irá identificando en el desarrollo del presente documento, para proponer la aplicación de un plan estratégico basado en el Cuadro de Mando Integral (CMI) que permita mitigar las deficiencias detectadas en dicha empresa. Para alcanzar estos objetivos, la investigación se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo, utilizando para la obtención de la información la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. A su vez, el tipo de investigación es no experimental, ya que se observan los hechos tal cual suceden en la realidad, sin la necesidad de intervenir o manipular los mismos. Adicionalmente, dentro de esta categoría la investigación se considera transversal, pues la recopilación y análisis de la información será en un momento único.

**Palabras clave:** Plan estratégico, Cuadro de Mando Integral, Experimental, Cuantitativo

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic caused a severe crisis in Ecuador that affected the entire economy, with some of the most affected sectors being those of the handicraft industry. Within this sector it is found the pyrotechnic and the ACMIF company that manufactures and sales fireworks, where no studies have been made of its current situation. For this reason, the general objective is to analyze the pyrotechnic handicraft sector of Zone 6, especially the ACMIF Company. In order to identify its structural and economic reality, this analysis is based on different strategies to determine the weaknesses in the production process, costs and organization, supported by a theoretical framework to understand these aspects and identify conclusions and recommendations as a result of the outcome analysis that will be identified during the development of this study, thus to implement a strategic plan based on the Balanced Scorecard (BSC) to reduce the shortcomings of the company. To achieve these aims, the research will be carried out under a quantitative approach, the survey will be used for the data collection, the survey will be used as a tool to achieve the objectives. The research method is non-experimental, as the variables under study will not be manipulated. Additionally, within this category, the research is considered transversal, since the collection and analysis of the information will be carried out at a single moment.

**Key words:** Strategic plan, Balanced Scorecard, Experimental, Quantitative.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	2
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.....	3
CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT .....	8
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	9
Problema.....	11
Objetivos .....	13
Objetivo General .....	13
Objetivos Específicos .....	13
Antecedentes .....	14
Bases teóricas .....	19
Enfoques teóricos de la planificación estratégica.....	19
Enfoques teóricos del Cuadro de Mando Integral .....	22
Seguridad industrial.....	25
Seguridad y Salud en el Trabajo.....	26
Constitución de la República del Ecuador (2008).....	27
Resumen de los aportes de la literatura .....	27
Metodología.....	28
Tipo de investigación .....	28
Diseño de investigación.....	29

Métodos de investigación .....	29
Deductivo .....	29
Estadístico - matemático .....	30
Población y muestra .....	30
Población .....	30
Muestra .....	31
Técnica e instrumento de la investigación.....	32
Análisis de resultados .....	34
Presentación de hallazgos.....	45
Conclusiones .....	50
Recomendaciones .....	51
Bibliografía.....	52
Anexos.....	58

## Problema

La pandemia de COVID-19 ha perjudicado a diferentes partes del planeta con distinta intensidad en términos de salud, economía y sociedad. A escala global, se ha hablado que desde la Segunda Guerra Mundial no se había presentado una situación económica igual, con pronósticos de que la economía global caería un 5,2% en 2020. Como resultado, la fuerte caída del ingreso per cápita ha sumido a millones de familias en la pobreza, las cuales ya estaban en una posición de desventaja antes de la pandemia, afectando con ello el nivel adquisitivo y de consumo de los individuos (Castro & Fernández, 2020).

En el contexto específico de Latinoamérica, de acuerdo con un informe de la CEPAL (2020), el COVID-19 ha tenido un efecto adverso en la intensidad de la oferta y la demanda a nivel general y sectorial en el corto y largo plazo. Esta intensidad dependerá del estado interno de cada país, de su economía, las condiciones sociales, la duración de la crisis sanitaria y las medidas financieras que se tomen para prevenir la infección.

En Ecuador, la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 ha desencadenado una fuerte recesión económica, lo que ha provocado un fuerte aumento de los índices de pobreza. La crisis ha exacerbado los desequilibrios macroeconómicos que el país ha estado tratando de corregir desde que terminó el aumento del precio del petróleo. Además, la crisis ha expuesto debilidades estructurales como la falta de reservas económicas, altos niveles de informalidad, sistemas de salud mal preparados y grandes brechas en los servicios públicos (Banco Mundial, 2021).

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2020) la estructura sectorial del PIB ecuatoriano muestra que grandes sectores son particularmente vulnerables a las crisis, ya sea por su característica exportadora o porque son sensibles a la cuarentena y tienen que ejecutarse presencialmente. Los sectores de la artesanía

y el comercio se encuentran entre los sectores más afectados, con las ventas en el primer trimestre de 2020 cayendo un 56%, mientras que la manufactura ha bajado un 15%.

La compañía ACMIF perteneciente al sector artesanal pirotécnico no ha estado exenta de las dificultades económicas provocadas por el COVID, así como a los cambios que puedan suceder en el medio que se desenvuelve. Sin embargo, la empresa no ha realizado diagnósticos sobre su situación actual, evidenciándose así la necesidad de estudiar el entorno interno y externo de la entidad, de cuyos resultados serán el punto de partida para la planificación estratégica en base al CMI y de esta forma posicionarse en una nueva era Post-COVID. Ante este contexto, surge como interrogante de investigación la siguiente:

¿Cuál es la planeación estratégica que debería tener la empresa ACMIF teniendo en cuenta su diagnóstico situacional?

De acuerdo con Mckeown (2015) un plan estratégico es un documento redactado que se emplea para guiar el progreso de una compañía y definir sus metas y la importancia de estas. El proceso de planificación estratégica además expone formas de optimizar el desempeño y reorganizar la empresa para lograr el máximo potencial a través del desarrollo de nuevos productos, el crecimiento de negocios, el ingreso a nuevos segmentos de mercado y la solución de problemas organizacionales.

En base a ello es que la actual investigación adquiere gran relevancia, pues permitirá conocer el estado actual del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6, y particularmente de la empresa ACMIF, así como las perspectivas de futuro.

Este diagnóstico sirve de base para proponer metas estratégicas que mitigarán las deficiencias identificadas y mejorarán los aspectos positivos de la empresa en post de aprovechar las oportunidades existentes en el mercado y enfrentar las potenciales amenazas. Esto incluirá un CMI, el cual, a través de indicadores, contendrá las fuentes necesarias para

evaluar periódicamente la implementación de las metas establecidas y retroalimentarse sobre la efectividad de la estrategia.

Sobre la base teórica, la investigación buscará establecer un conjunto de principios mediante el apoyo de teorías de administración y gestión estratégica para que la empresa ACMIF pueda subsanar sus debilidades, ofrecer mejores productos y aprovechar las tendencias macroeconómicas emergentes. Todo esto se realiza mediante una herramienta teóricamente establecida como es el CMI que permite velar el acatamiento de los objetivos estratégicos.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se basará en el desarrollo de métodos deductivos e inductivos, utilizando enfoques cuantitativos y tipos descriptivos no experimentales, ya que las variables estudiadas serán analizadas en su contexto sin ninguna operación, al mismo tiempo que se describirá el entorno del sector artesanal pirotécnico, y particularmente el de la empresa y las características de esta, lo que constituirá la base de un plan estratégico que permitirá a la empresa posicionarse de cara al nuevo ambiente Post COVID.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el sector artesanal pirotécnico de la Zona 6. Caso de estudio: empresa ACMIF.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer los referentes teóricos que permitan sustentar el análisis del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6. Caso de estudio: empresa ACMIF.
- Diagnosticar la situación actual del entorno de la empresa ACMIF del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6.
- Proponer un plan estratégico basado en el Cuadro de Mando Integral y en fusión de la situación del entorno de la empresa ACMIF.

## Fundamentación teórica

### Antecedentes

Dentro de los antecedentes fueron analizados varios estudios relacionados con la planificación estratégica, entre las que se encuentra la realizada por Andrade (2016) referente al “Desarrollo de Planificación Estratégica para la empresa BDO Ecuador Cía. Ltda. para el período 2016-2018”. En dicha investigación, la autora se propuso formular la planificación estratégica en términos de estructura, organización y finanzas, mejorando la rentabilidad de acuerdo con la misión de la empresa y los valores organizacionales. Para lograr dicho objetivo se desarrolló una investigación de tipo bibliográfico y de campo con enfoque mixto y descriptivo. Al concluir el estudio, se descubrió que los pronósticos planificados pueden proporcionar rendimientos más altos en los próximos tres años en comparación con situaciones simples que no están relacionadas con planes estratégicos. Incluso si los costos y gastos aumentan proporcionalmente, se puede lograr un mejor ROE y un mejor crecimiento del cliente.

Otro de los estudios analizados es la “Propuesta de un plan estratégico para la compañía de transporte de carga pesada Transcalsa S.A. ciudad de Portoviejo período 2017-2021” realizado por Bravo y Herrera (2017). En dicha investigación las autoras realizaron una investigación bibliográfica, descriptiva y de campo. Al finalizar el estudio los autores expusieron que la aplicación del control estratégico en el círculo de Deming le permitiría planificar estrategias que pueden lograr los resultados deseados en la gestión de procesos, establecer nuevas estrategias, comprobar los resultados mejorados y tomar medidas cuando aparezca dichos resultados.

Con respecto al “Plan estratégico para la empresa Serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil”, los autores Neira y Tenelema (2017) aplicaron un enfoque cualitativo y cuantitativo con estudios de campo y descriptivo. Al concluir, se

identificó que Serviexpress prometió entregar los vehículos reacondicionados a los clientes dentro del plazo, porque el 70% de los clientes dijo que el servicio fue a tiempo, y que se brindó mantenimiento. Esto minimiza los costos operativos, lo cual es muy beneficioso para aumentar la cartera de clientes y posicionarse en el mercado local.

De igual forma, se analizó la investigación realizada por Baidal y Alarcón (2017) titulado “Implementación de una planificación estratégica en la empresa Indumaster S.A”. En este artículo, las autoras se propusieron identificar la necesidad actual de la repercusión de la planificación estratégica en las empresas. La investigación está diseñada utilizando un enfoque mixto y no experimental de tipo transversal y descriptivo. Los autores concluyeron que, si INDUMASTER quiere convertirse en una organización basada en el conocimiento, debe mantener una educación y capacitación permanente de su personal.

Se estudió la investigación realizada por Amboya y Muñoz (2018) bajo el título “Propuesta de un plan estratégico para la pequeña empresa “El Lojanito” ubicada en la Provincia de Pichincha, parroquia rural Conocoto, Valle de los Chillos al sur- este del Cantón Quito periodo 2018-2022”. La propuesta realizada consiste principalmente en diagnosticar la situación, luego identificar la dirección de la empresa y finalmente proponer estrategias y acciones a realizar, así como métricas y métodos para monitorear el cumplimiento del plan estratégico.

A su vez, se estudió la investigación desarrollada por Moreno et al. (2018) titulada “La planeación estratégica en el sector empresarial ecuatoriano. Estudio de caso: Cerraduras Ecuatorianas S.A.”. Esta investigación fue desarrollada con el fin de crear un proceso metodológico que permita llevar a cabo una adecuada planificación estratégica para su implementación en el sector comercial del Ecuador, específicamente para una empresa con una trayectoria de 45 años. Dicho proceso, se convertirá en una herramienta de gestión para mejorar

la eficiencia, permitirá responder a riesgos del entorno, mantenerse competitivo en mercados exigentes y, en última instancia, lograr un rendimiento superior.

Otro de las investigaciones estudiadas es el “Diseño de una planificación estratégica y su implantación a través de un cuadro de mando integral para la empresa de Asesoría y Servicio Eléctrico-Forestal RB Transmisión” llevada a cabo por Barría (2018) para que la empresa pueda contar con la información necesaria para tomar decisiones estratégicas acertadas basadas en el conocimiento de los principales aspectos que necesitan ser gestionados, controlados y mejorados. En primer lugar, se analizó el ambiente interno y externo, identificando los factores más importantes que permite la toma de decisiones y la acción adecuada, creando las primeras pautas para el desarrollo de la estrategia. Finalmente, se desarrolló una interfaz utilizando el CMI para facilitar el uso de la herramienta, al proporcionar los resultados calculados correspondientes a los indicadores de gestión, registrando información relevante sobre su interacción y visualización del estado de los resultados esperados.

En la investigación titulada “Propuesta de plan estratégico para la empresa Distribuciones y Almacenes ARRUE S.A.C”, el autor Siaden (2019) efectuó un estudio utilizando métodos no experimentales y cualitativos, concluyendo que la estrategia más adecuada sería la constitución de una sucursal en la ciudad de Tarapoto, que le permitiría a la empresa capitalizar las necesidades no cubiertas y ampliar su mercado a todo el país. Para crear una agencia, la operación del nuevo sitio requerirá recursos físicos y humanos. Se desarrollaron políticas para 17 trabajadores y de esta manera controlar mejor los procesos. En materia de evaluación y control, se considera adecuado el uso del CMI, que vincula estrategia y objetivos clave en función del desempeño y resultados en 4 áreas clave de la empresa (Financiera, Cliente, Procesos Internos, Capacitación).



Otra de los estudios analizados es el titulado “Administración estratégica y desempeño organizacional en el Banco de la Nación, agencias en la provincia de Huaura, 2018”, en el cual Urbano (2019) realizó un trabajo investigativo utilizando un enfoque de diseño no experimental, transversal y correlacional. Además del empleo de la encuesta aplicada a 40 trabajadores del Banco de la Nación, que permitió conocer que el 37,5% dijo que el banco tenía suficientes recursos y capacidades para lograr cada objetivo, pero que, sin embargo, no tenía los controles estratégicos adecuados. En cuanto al desempeño organizacional, el 50% dijo que el banco no sabía cómo usar incentivos para motivar a los empleados, el 10% dijo que el banco no tenía suficiente capital físico y el 32,5% dijo que el banco no sabía cómo responder a un país cambiante.

Rodríguez (2020) en su trabajo “Propuesta de un plan estratégico para la empresa MEDI-THERMIC S.A.S.” efectuó un estudio descriptivo cuantitativo de fuentes de información primarias y secundarias. Realizándose un diagnóstico estratégico fundado en el análisis de PESTEL, Cinco Fuerzas de Porter, cadena de valor y matriz DOFA; que además permitieron la propuesta de estrategias fundadas en base a la misión, visión y valores de la empresa. A su vez, se creó un mapa estratégico y un CMI para rastrear el desarrollo de las estrategias propuestas.

De igual forma, fue analizada la investigación desarrollada por Zambrano (2021) con el título “Plan estratégico 2022 – 2025, para la empresa Open the Box”. En la cual se presenta un plan estratégico de 3 años para la apertura de la caja en Bogotá y sus alrededores, brindando acciones efectivas basadas en el modelo de negocios de Osterwalder, enfocándose en diseñar eventos especiales, estableciendo medidas medibles y metas cuantificables para motivar a la empresa a mantenerse competitiva, innovando y con una propuesta de valor única.

Se estudió también la investigación “El plan estratégico institucional y el logro del objetivo de fortalecimiento de la gestión institucional en el tercer y cuarto trimestre del 2019 en la Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho” realizada por Alonzo (2021). El método utilizado es hipotético - deductivo, con un diseño no experimental, la población estuvo constituida por 894 servidores, de la cual se tomaron como muestra a 75 empleados y agentes de diferentes géneros de agencias de planificación y administración de seguridad civil. Se utilizaron dos cuestionarios, uno para cada variable, para demostrar la relación entre el PEI y la mejora de la gobernanza institucional. El coeficiente de correlación fue de 0,248 y el nivel crítico fue de  $p=0,032$ , indicando una correlación positiva significativa entre las dos variables. Por lo tanto, se aceptó el supuesto general de que existe una relación significativa entre la planificación estratégica institucional y el fortalecimiento de la gobernanza institucional en la Ciudad de San Juan de Lurigancho durante el tercer y cuarto trimestre de 2019.

Finalmente, se analizó la investigación desarrollada por Arteaga (2021) titulada “Planificación estratégica y desempeño organizacional: caso Hidromaxi construcciones S.A. de la ciudad de Quito”. La investigación llevada a cabo fue de tipo aplicada, de campo, bibliográfica y transversal, empleando la encuesta y entrevista para obtener la información requerida. A través de estas se conoce que la empresa está aliada con proveedores reconocidos internacionalmente y cuentan con trabajadores experimentados. A pesar de esto, la empresa carece de planificación estratégica, siendo una desventaja competitiva, que hace que la entidad incumpla sus objetivos y no aproveche oportunidades. Para ello, se recomienda al dueño de la empresa aplicar el plan estratégico propuesto para fortalecer los diversos procesos de la organización y mejorar el funcionamiento de la empresa de manera que se puedan tomar decisiones con base en las metas y las políticas establecidas.

## **Bases teóricas**

### **Enfoques teóricos de la planificación estratégica**

Según Fred (2016), la planificación estratégica es el proceso de formular, ejecutar y evaluar estrategias que posibiliten a una empresa alcanzar sus metas. Se considera una herramienta que puede ayudar a los líderes empresariales a tomar decisiones mediante el establecimiento de objetivos y estrategias empresariales para lograr el cambio, así como la identificación de intervenciones basadas en el liderazgo, lo que ayuda a gestionar y simplificar el cambio de los requisitos medioambientales actuales y futuros.

Este tipo de proceso incluye diversos temas como principios, creencias, visiones, misiones, valores y cultura organizacional, permitiendo diagnósticos internos y externos para determinar la situación de cada empresa con el fin de vislumbrar posibles opciones futuras. Con base en los resultados obtenidos, gestionar nuevas estrategias que le permitan alcanzar las metas establecidas, alcanzar las metas esperadas, analizar continuamente el entorno empresarial y formular planes de acción y políticas vinculadas a la retribución de los recursos materiales y humanos. La revisión del presupuesto, la estimación y la planificación pueden ayudarlo a lograr sus objetivos con éxito (Brume, 2017).

De acuerdo con Fred (2016), en la planificación estratégica se sistematiza la información cualitativa y cuantitativa en tres etapas de formulación, implementación y evaluación de la estrategia para crear un mecanismo efectivo en circunstancias de incertidumbre.

Según López (2017) se deben tomar tres pasos principales para desarrollar una formulación de estrategia efectiva:

- ✓ Investigación interna y externa.

- ✓ Análisis: se emplean técnicas como la matriz FODA, la matriz GE, igualmente se utiliza la matriz PEEA. Todas ellas se encauzan a la creación y evaluación de estrategias alternativas.
- ✓ Toma de decisiones: procederán según los objetivos y estrategias que deben seguirse.

En general, en el proceso de implementación, se debe reflexionar la formulación de tres acciones primordiales:

- ✓ Fijación de metas
- ✓ Fijación de políticas
- ✓ Asignación de recursos

Evaluar la estrategia es el último paso en la dirección estratégica. Los administrativos necesitan conocer cuándo ciertas estrategias no están funcionando; el método principal para obtener esta información es utilizar métricas. Adicionalmente dado el cambio constante en el entorno externo e interno de la empresa las estrategias que establece la empresa deberán acondicionarse en el futuro (David, 2016).

Después de evaluar la estrategia implementada, se deben tomar las siguientes acciones principales:

- ✓ Analizar los factores internos y externos que constituyen la base de la estrategia actual.
- ✓ Evaluar la efectividad de la empresa (según el plan).
- ✓ Establecer acciones correctivas para verificar el plan de acción.

El principal objetivo de la planificación estratégica es alcanzar la competitividad sostenible de la empresa. Esto se puede lograr mediante la formulación e implementación de estrategias que creen valor para la organización. Tiene como objetivo evaluar oportunidades y

amenazas, considerar las fortalezas y debilidades de la compañía y formular estrategias para su sostenibilidad y desarrollo (David, 2016).

Cuando las empresas planifican anticipadamente y evalúan esmeradamente sus prioridades, pueden controlar el futuro, lo cual es imperante ante el entorno empresarial en constante evolución del siglo XXI (Terra & Passador, 2017).

Las empresas que implementan la planificación estratégica tienen una mejor comprensión de las amenazas ambientales, una mejor comprensión de las ventajas y desventajas competitivas y una mayor productividad. Además, son más capaces de adaptarse a los cambios y tienen una comprensión clara de la relación entre desempeño y recompensas (Terra & Passador, 2017).

A continuación, se resumen los primordiales beneficios que obtienen las compañías al utilizar la gestión estratégica.

- ✓ Lleva en negocio en cierta dirección. Definir metas organizacionales e instituir metas realistas en línea con la visión y misión de la empresa.
- ✓ Determina las estrategias apropiadas para alcanzar los objetivos.
- ✓ Mejora el entendimiento del entorno externo e interno y ayuda a precisar visiblemente las ventajas competitivas.
- ✓ Aumenta el interés del gerente por conseguir los objetivos de la empresa.
- ✓ Una mejor combinación de actividades y una distribución de recursos empresarial más eficiente.
- ✓ Mejor comunicación entre gerentes de distintos niveles y áreas funcionales.
- ✓ Reducir la resistencia al cambio enseñando a los empleados sobre el cambio y sus consecuencias.
- ✓ Mejora la eficiencia de la empresa.

- ✓ Es el soporte de todas las decisiones comerciales clave.
- ✓ Prepara a la compañía para los desafíos e innovaciones futuros examinando oportunidades y ayudando a establecer cómo aprovecharlas.
- ✓ Confirma la resistencia de la compañía frente a los competidores y la persistencia en un entorno convulso.
- ✓ En promedio, las empresas que realizan planificación estratégica tienden a alcanzar más éxito que las compañías que no lo hacen.

### **Enfoques teóricos del Cuadro de Mando Integral**

El Balanced Scorecard (BSC) o Cuadro de Mando Integral es un instrumento muy trascendental en el proceso de planificación estratégica porque consiente el anuncio y presentación de estrategias de manera coherente y clara. Norton y Kaplan (2017) señalaron que la esencia básica de la definición del BSC es transformar la estrategia de la compañía en acciones y resultados, y ajustar las metas desde diferentes perspectivas; finanzas, crecimiento, clientes, procesos internos y capacitación. Es por ello que el BSC se describe como un proceso vertical que transforma la misión y las estrategias generales de la compañía en metas y acciones más concretas para que las operaciones comerciales relacionadas se puedan completar de manera oportuna.

A continuación, se muestran los beneficios para las empresas que han decidido implementarlo.

- ✓ Conecta a los trabajadores con la visión de la organización.
- ✓ Mejorar la comunicación entre todo el personal sobre metas y logros.
- ✓ Repensar la estrategia en función de los resultados.
- ✓ Transformar la visión y las estrategias en acciones.
- ✓ Centrarse en la creación de valor.

- ✓ Integrar información de diferentes campos de la empresa.

Según Fernández (2018), todas las etapas del desarrollo del BSC comienzan con la enunciación de la visión, misión y valores de la empresa, para luego formular una estrategia y mapearla. Un mapa estratégico es un grupo de objetivos estratégicos relacionados causales, que permiten comprender la conexión entre los objetivos estratégicos y las estrategias organizativas.

Como se indicó previamente, el mapa estratégico del BSC proporciona objetivos enfocados en cuatro áreas: finanzas, clientes, procesos internos y aprendizaje, como se observa en la figura 2. En este sentido, Dávila (2019) afirmó que estos aspectos o perspectivas ayudan a construir modelos de negocio y a establecer indicadores para monitorearlos.

**Figura 1**

*Perspectivas del Cuadro de Mando Integral*

Perspectiva			
<b>Financiera</b>	<b>Crecimiento</b> Ventas y resultados	<b>Rentabilidad</b> De ventas, capital e inversión	<b>Equilibrio</b> Liquidez y autonomía
<b>Clientes</b>	<b>Precios</b> Rentabilidad y cuota de mercado	<b>Servicio</b> Fidelización y satisfacción	<b>Producto</b> Imagen de marca y calidad
<b>Procesos Internos</b>	<b>Operaciones</b> Productividad	<b>Logística</b> Plazo de servicio	<b>Estructura</b> Eficiencia
<b>Aprendizaje y crecimiento</b>	<b>Personas</b> Capacitación	<b>Herramientas</b> Digitalización	<b>Organización</b> Productividad interna

*Fuente:* Díaz (2021).

A continuación, se explican cada una de las cuatro perspectivas mostradas anteriormente.

**Perspectiva financiera:** Desde un punto de vista financiero, las técnicas financieras generales se utilizan para expresar resultados estratégicos tangibles, como el valor para el

accionista, el costo unitario, el retorno de la inversión, el crecimiento de los ingresos, etc. (Davila, 2019).

**Perspectiva del cliente:** Las opiniones de los consumidores reflejan la posición de la empresa en el mercado, definen la base de clientes y precisan la propuesta de valor para el mercado objetivo. Santos y Fidalgo (2016) señalaron que además de la captación de clientes, la rentabilidad y la participación de mercado, se suelen considerar desde esta perspectiva indicadores como la satisfacción y la fidelidad del cliente. Si los clientes aprecian la calidad impecable, la innovación continua, la alta rentabilidad de los productos y servicios y la entrega a tiempo, los procesos, sistemas y habilidades de fabricación involucrados serán de gran ayuda para el negocio.

**Perspectiva del proceso interno:** En esta perspectiva se determinan los procesos que tienen un impacto mayor en la complacencia del cliente. Rodiles y Fuentes (2017) destacaron que, desde este enfoque, ciertos indicadores son: la productividad, calidad e innovación de productos y servicios. Dávila (2019) hace hincapié que este punto de vista ayuda a los consumidores a comprender, porque la complacencia del cliente y la cobertura del mercado conducirán a mayores ingresos, menores costos y una mejora de la rentabilidad social y financiera, lo que respaldará la realización de los objetivos estratégicos.

**Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:** Esta perspectiva se centra en el aprendizaje y el crecimiento, la formación y el desarrollo empresarial, y estos elementos provienen principalmente de los sistemas, las personas y los procesos. El acervo de recursos y el desempeño de los empleados son aspectos fundamentales para la ejecución exitosa de la estrategia de una empresa (Davila, 2019).



## **Seguridad industrial**

La seguridad industrial se refiere a las prácticas de gestión de la seguridad que se aplican al sector industrial. Esos procesos tienen como objetivo proteger a los trabajadores industriales, la maquinaria, las instalaciones, las estructuras y el medio ambiente (Ortega, et al., 2017).

La seguridad industrial es principalmente una actividad de gestión que se ocupa de reducir, controlar y eliminar los riesgos de las industrias o unidades industriales. La seguridad industrial se define como políticas y protecciones implementadas para garantizar la protección de los trabajadores de la planta y la fábrica contra peligros que podrían causar lesiones. Es una necesidad básica en cualquier industria (Guerra, et al., 2021).

### **Importancia de la seguridad industrial**

Según Guerra et al., (2021) existen varias razones por las cuales es muy importante la seguridad industrial, estas se describen a continuación.

- La necesidad básica de seguridad en la industria o en cualquier otro campo es prevenir la ocurrencia de percances y peligros que a veces causan grandes pérdidas de vidas, propiedades y medio ambiente.
- Todos y cada uno de los empleados de la industria desean trabajar en un ambiente seguro y protegido y es responsabilidad de la industria buscar la protección de los empleados.
- Una lesión grave en el lugar de trabajo o la muerte cambia para siempre la vida de familiares, amigos y compañeros de trabajo. Las pérdidas y el sufrimiento humano son inconmensurables e intolerables, por eso es necesario mantener la seguridad industrial.

La seguridad es importante para proteger el medio ambiente contra daños por accidentes industriales y también para minimizar pérdidas financieras, daños a la propiedad, accidentes, lesiones e incluso la muerte (Guerra, et al., 2021).

### **Medidas de prevención de accidentes**

Sin prestar demasiada atención a tecnicismos o definiciones estrictas, estas son las principales medidas de prevención de accidentes, de acuerdo con el criterio de Hernández (2018):

- En primer lugar, el espacio de trabajo debe permanecer limpio y organizado. Los pasillos deben estar libres de obstáculos y sustancias y bien iluminados. Todos los desechos y residuos deben ser tratados y eliminados.
- Tener un piso preparado sin grietas y fallas que puedan causar accidentes.
- La maquinaria, el equipo y los instrumentos pesados deben operarse de acuerdo con las especificaciones del fabricante. Además, deben recibir mantenimiento regular e inspección y evaluación continuas.
- Establecer señalización en el piso de los espacios de trabajo y señales de seguridad, con el fin de identificar extintores, salidas de emergencia y áreas peligrosas.
- Todos los empleados deben estar equipados con el equipo de protección básico, como zapatos de seguridad, gafas de seguridad, cascos, máscaras, guantes, etc.
- Los espacios de trabajo deben contar con áreas con instalaciones sanitarias para garantizar la higiene en las actividades productivas (Hernández, 2018).

### **Seguridad y Salud en el Trabajo**

En el Ecuador existe un Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo que persigue los objetivos siguientes:

- Mejorar las condiciones de trabajo de los empleados en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- Desarrollar conciencia preventiva y hábitos de trabajo seguros entre empleadores y empleados.
- Reducir las lesiones relacionadas con el trabajo y los daños a la salud.
- Incrementar la productividad a través de una gestión empresarial con visión de futuro (Ministerio del Trabajo, 2022, p. 1).

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

En el Art. 326, numeral 5 y 6, se expresa:

Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo (Asamblea Constituyente, 2008, p. 101).

### **Resumen de los aportes de la literatura**

Durante el presente capítulo se presentaron los fundamentos teóricos esenciales relacionados con la planificación estratégica, ya que, sobre la base teórica, la investigación buscará establecer un conjunto de principios mediante el apoyo de teorías de administración y gestión estratégica para que la empresa ACMIF pueda subsanar sus debilidades, ofrecer mejores productos y aprovechar las tendencias macroeconómicas emergentes. Todo esto se realiza mediante una herramienta teóricamente establecida como es el CMI que posibilita realizar un control de la ejecución de los objetivos estratégicos.

Al respecto, se mostraron los criterios de varios autores, tal es el caso de Fred David (2016) autor del libro “Conceptos de Administración Estratégica”; Mario Javier Brume (2017)

autor de un artículo cuyo título es “Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia”; e Ingrid López (2017) autora de una investigación que lleva como título “Modelo de gerencia estratégica para la cooperativa en taxis Río Babahoyo” por citar algunos ejemplos. A través de los mismos, se pudo reconocer el valor que tiene para una empresa el contar con un plan estratégico, se indican los pasos que se deben realizar para llevar a cabo una gestión estratégica efectiva y los beneficios que trae consigo para toda organización.

De igual forma, se aborda los fundamentos teóricos sobre el CMI, siendo el mismo un instrumento muy trascendental en el proceso de planificación estratégica. Para ello se emplearon como referencia el libro “Como utilizar el cuadro de mando integral de los autores Norton y Kaplan (2017), el artículo “El Balanced Score card ayudando a implantar la estrategia” de la Revista de Antiguos Alumnos IESE del autor Fernández (2018) y el también artículo de la Revista Antiguos Alumnos IESE, “El Cuadro de Mando Integral” realizado por Dávila (2019). Todos estos autores, permitieron abordar sobre la funcionalidad del BSC, los beneficios que ofrece para las empresas que deciden implementarlo y explicar cada una de las cuatro perspectivas que integran este instrumento.

## **Metodología**

### **Tipo de investigación**

La investigación es de tipo cuantitativa, puesto que se obtendrá información cuantificable proveniente de la aplicación de las encuestas, para que posteriormente sea analizada mediante el método estadístico. Sánchez et al. (2018) refieren que la investigación cuantitativa se precisa como la investigación sistemática de fenómenos mediante la compilación de datos cuantificables y el uso de métodos estadísticos o matemáticos.

## **Diseño de investigación**

En cuanto al diseño de la investigación, esta es no experimental. En este sentido Hernández et al. (2014), precisan la investigación no-experimental como una indagación realizada sin el manejo intencional de variables, donde los sucesos solo se miran en su ambiente natural y posteriormente se analizan.

Adicionalmente, este estudio se considera descriptivo, ya que pretende dar cuenta de las particularidades de la empresa ACMIF, así como realizar un diagnóstico situacional de la misma. Al respecto, Muñoz (2016) afirma que la investigación descriptiva puede explicarse como un enunciado de los hechos, tal como son en la actualidad. Además, puede describirse simplemente como el intento de determinar, describir o identificar lo que es.

De igual forma, la investigación se considera de tipo transversal puesto que solo se analizará la información obtenida a través de la encuesta en un momento determinado, en este caso en el año 2022. Este planteamiento es confirmado por Muñoz (2016) al afirmar que una investigación transversal consiste en examinar datos de una población en un punto específico en el tiempo.

## **Métodos de investigación**

### **Deductivo**

Según Muñoz (2016) este método deductivo es un razonamiento lógico organizado por estrategias para deducir las conclusiones de una manera lógica partiendo de premisas, en este sentido, se va de lo general a lo particular, donde se formulan las conclusiones como consecuencia del análisis de los principios planteados.

### Estadístico - matemático

El método estadístico - matemático se emplea en la investigación ya que se recopila información cuantitativa de la encuesta que luego se interpreta y analiza transformándola en valores numéricos y estadísticos. Al respecto, Sánchez et al. (2018) afirma que “se utiliza para organizar, describir y analizar los datos cuantitativos de un estudio” (pág. 18).

### Población y muestra

#### Población

En cuanto a la población que se tiene en cuenta para el estudio, se encuentra constituida por todos los GAD Parroquiales que forman parte de las provincias Azuay, Cañar y Morona Santiago; los cuales según el INEC (2022) son un total de 217. Estos se pueden observar desglosados en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Número de GAD parroquiales en la Zona 6.*

Provincias	Cantones	Parroquias		GAD
		Urbanas	Rurales	
Azuay	Cuenca	15	21	36
	Girón	1	2	3
	Gualaceo	1	10	11
	Nabón	1	5	6
	Paute	1	12	13
	Pucará	1	2	3
	San Fernando	1	1	2
	Santa Isabel	1	3	4
	Sígsig	1	6	7
	Oña	1	1	2
	Chordeleg	1	4	5
	El Pan	1	3	4
	Sevilla de Oro	1	2	3
	Guachapala	1		1
	Camilo Ponce Enríquez	1	1	2
<b>Subtotal Azuay</b>		<b>29</b>	<b>73</b>	<b>102</b>

Provincias	Cantones	Parroquias		GAD
		Urbanas	Rurales	
Cañar	Azogues	5	10	15
	Biblián	1	4	5
	Cañar	1	13	14
	La Troncal	1	2	3
	El Tambo	1		1
	Déleg	1	1	2
	Suscal	1		1
<b>Subtotal Cañar</b>		<b>11</b>	<b>30</b>	<b>41</b>
Morona Santiago	Morona	1	14	15
	Gualaquiza	3	8	11
	Limón Indanza	1	8	9
	Palora	1	5	6
	Santiago	1	7	8
	Sucúa	1	5	6
	Huamboya	1	2	3
	San Juan Bosco	1	4	5
	Taisha	1	4	5
	Logroño	1	2	3
	Pablo Sexto	1		1
	Tiwintza	1	1	2
<b>Subtotal Morona Santiago</b>		<b>14</b>	<b>60</b>	<b>74</b>
<b>TOTAL, ZONA 6</b>		<b>54</b>	<b>163</b>	<b>217</b>

*Fuente:* INEC (2022)

### **Muestra**

La muestra utilizada es probabilística y aleatoria simple debido a que todos los GAD poseen la misma probabilidad de ser tomados para el estudio. Adicionalmente, teniendo en consideración que se conoce la población, la fórmula para establecer el volumen de la muestra es la siguiente:

**Figura 2**

*Fórmula de la población finita*

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

*Fuente:* López y Fachelli (2015).

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población = 217

$\sigma$ : Desviación estándar de la población = 0,5.

Z: niveles de confianza = 1.96

e: Límite aceptable de error de la muestra = 0.05

Establecida la fórmula se procede a sustituir los valores y a calcular la muestra, dando como resultado un aproximado de 139 instituciones a las cuales se les debe aplicar la encuesta.

$$n = \frac{217 * (0,5)^2 * 1,96^2}{(217 - 1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,95^2}$$

$$n = 139$$

**Técnica e instrumento de la investigación**

La técnica de investigación utilizada es la encuesta, la cual se muestra a continuación, utilizando como instrumento correspondiente, el cuestionario.



### Encuesta

Instrucción. - Marque con una X las respuestas que usted considere correctas.

**1.- ¿Usted, utiliza juegos pirotécnicos (castillos, vacas locas etc.) en actividades festivas?**

Si  No

**2.- ¿Conoce usted las características o riesgos de manejar estos productos?**

Si  No

**3.- ¿Alguna empresa en particular le ha ofertado estos productos?**

Si  No

**4.- ¿Ha adquirido usted estos productos?**

Si  No

**5.- ¿Con qué frecuencia ha adquirido estos productos?**

Una vez cada tres meses

Una vez cada seis meses

Una vez al año

Más de un año

**6.- ¿En qué tipo de eventos utiliza estos productos?**

Cumpleaños

Año viejo

Aniversarios institucionales

Otros \_\_\_\_\_

**7.- ¿Cuál es el precio que paga al adquirir estos productos?**

De 0 a 400 dólares

De 401 a 800 dólares

De 801 a 1200 dólares

De 1200 a 1500 dólares

Más de 1500 dólares

**8.- ¿Continuaría adquiriendo este tipo de productos en un futuro?**

Si

No

**9.- ¿Ha escuchado hablar de la empresa ACMIF?**

Si

No

**10.- ¿Le gustaría conocer los productos ofertados por esta empresa?**

Si

No

**11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información de esta empresa?**

Prensa escrita

Redes sociales

Medios televisivos y radiales

Visitas personalizadas

**Muchas gracias por su colaboración**

**Análisis de resultados**

Una vez planteada la encuesta se procede con el análisis de los resultados obtenidos:

**1.- ¿Usted, utiliza juegos pirotécnicos (castillos, vacas locas etc.) en actividades festivas?**

**Tabla 2**

*Respuesta de la pregunta número 1*

Si	No
126	13
91%	9%
<b>Total, encuesta</b>	<b>139</b>

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 3***Respuesta de la pregunta número 1*

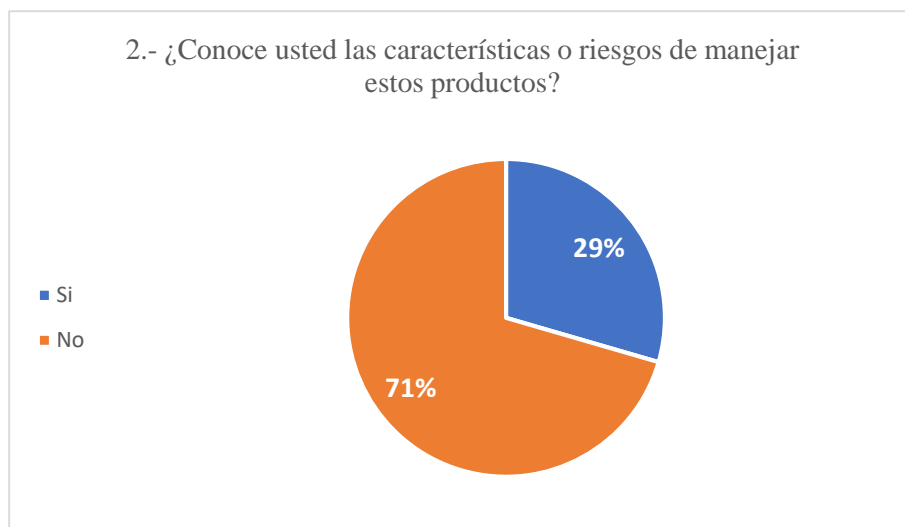
*Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** El resultado de la pregunta número 1 refleja que el 91% de los encuestados utilizan juegos pirotécnicos en sus actividades festivas y solo un 9% prefiere no hacerlo.

**2.- ¿Conoce usted las características o riesgos de manejar estos productos?****Tabla 3***Respuesta de la pregunta número 2*

Si	No
41	98
29%	71%
<b>Total, encuesta</b>	<b>139</b>

*Nota.* Elaboración de los autores

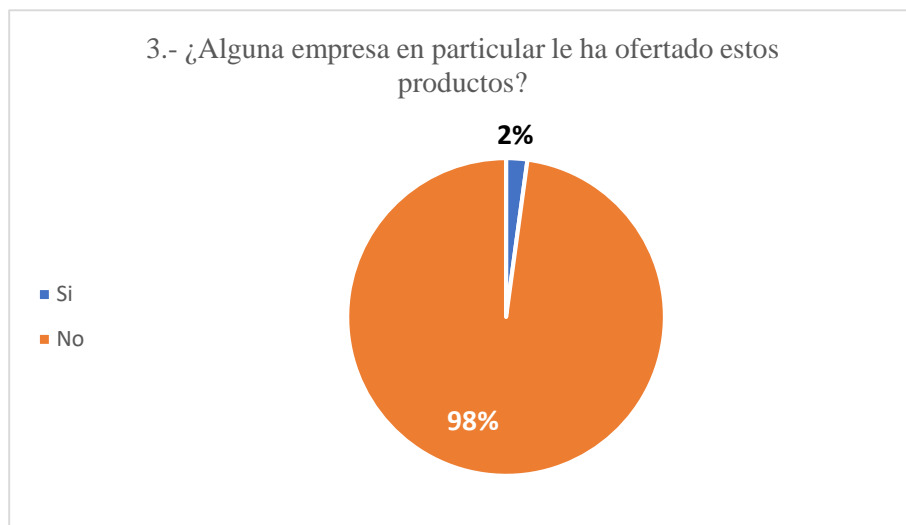
**Figura 4***Respuesta de la pregunta número 2**Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** En cuanto a los conocimientos de los encuestados respecto a los riesgos que conllevan el manejo de estos productos, el 71% indicó que no conoce los mismos.

**3.- ¿Alguna empresa en particular le ha ofertado estos productos?****Tabla 4***Respuesta de la pregunta número 3*

Si	No
3	136
2%	98%
<b>Total, encuesta</b>	<b>139</b>

*Nota.* Elaboración de los autores

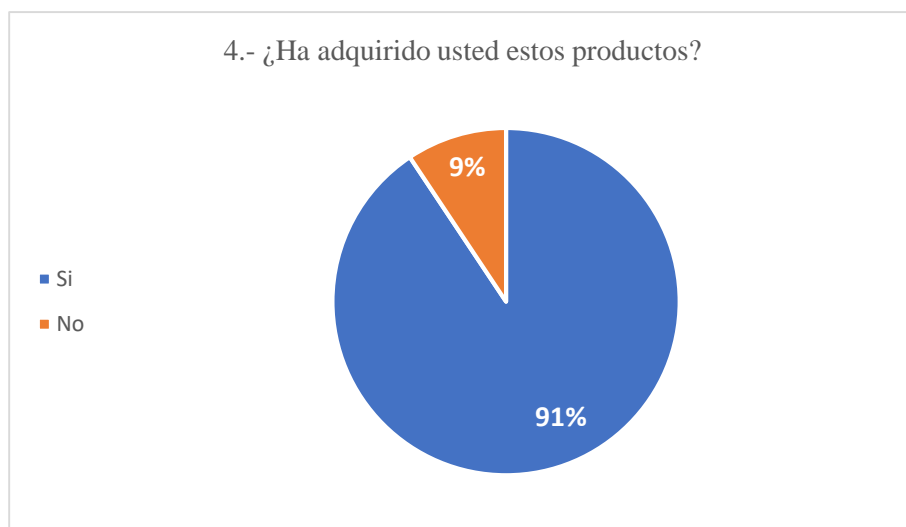
**Figura 5***Respuesta de la pregunta número 3**Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** Por otra parte, los resultados de la pregunta 3 indican que el 98% afirman que no han recibido ofertas de estos productos por parte de empresas.

**4.- ¿Ha adquirido usted estos productos?****Tabla 5***Respuesta de la pregunta número 4*

Si	No
126	13
91%	9%
<b>Total, encuesta</b>	139

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 6***Respuesta de la pregunta número 4**Nota.* Elaboración de los autores

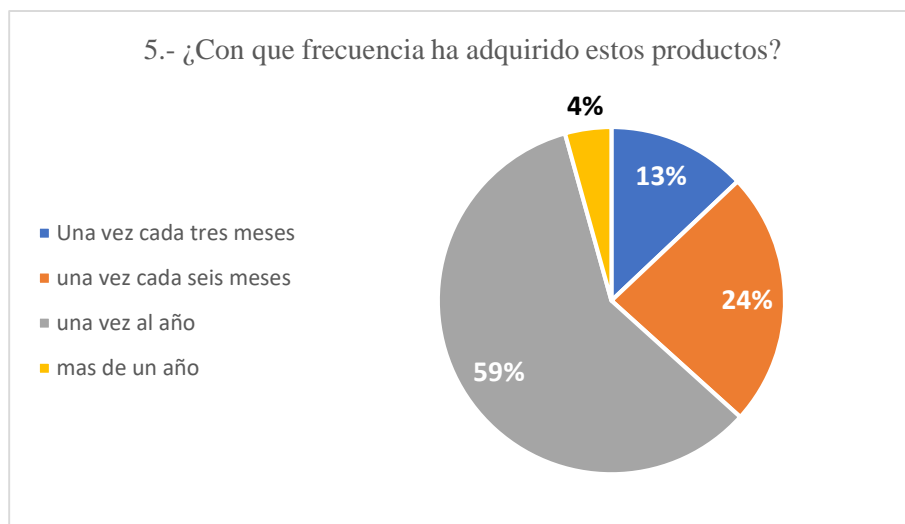
**Análisis:** los resultados indican que el 91% de las personas si adquieren, mientras que el 9% no lo realizan.

#### 5.- ¿Con que frecuencia ha adquirido estos productos?

**Tabla 6***Respuesta de la pregunta número 5*

Una vez cada tres meses	una vez cada seis meses	una vez al año	más de un año
18	33	82	6
13%	24%	59%	4%
<b>Total, encuesta</b>			<b>139</b>

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 7***Respuesta de la pregunta número 5**Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** Otro resultado relevante, es el que se obtiene de la pregunta 5 respecto a la frecuencia de adquisición de los productos. Al respecto, el 59% afirma que los adquiere una vez al año, el 24% una vez cada seis meses y el 13 % una vez cada tres meses.

### 6.- ¿En qué tipo de eventos utiliza estos productos?

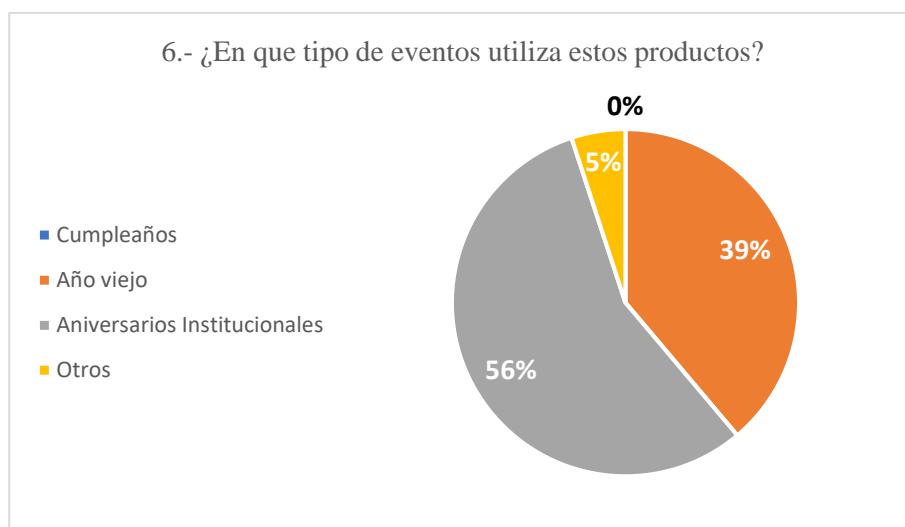
**Tabla 7***Respuesta de la pregunta número 6*

Cumpleaños	Año viejo	Aniversarios Institucionales	Otros
0	54	78	7
0%	39%	56%	5%
<b>Total, encuesta</b>			139

*Nota.* Elaboración de los autores

### Figura 8

*Respuesta de la pregunta número 6*



*Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** También el cuestionario permitió conocer que los productos pirotécnicos son utilizados mayoritariamente en aniversarios institucionales, señalado por el 56% de los encuestados, quedando en segundo lugar entre los eventos el año viejo, con un 39%.

### 7.- ¿Cuál es el precio que paga al adquirir estos productos?

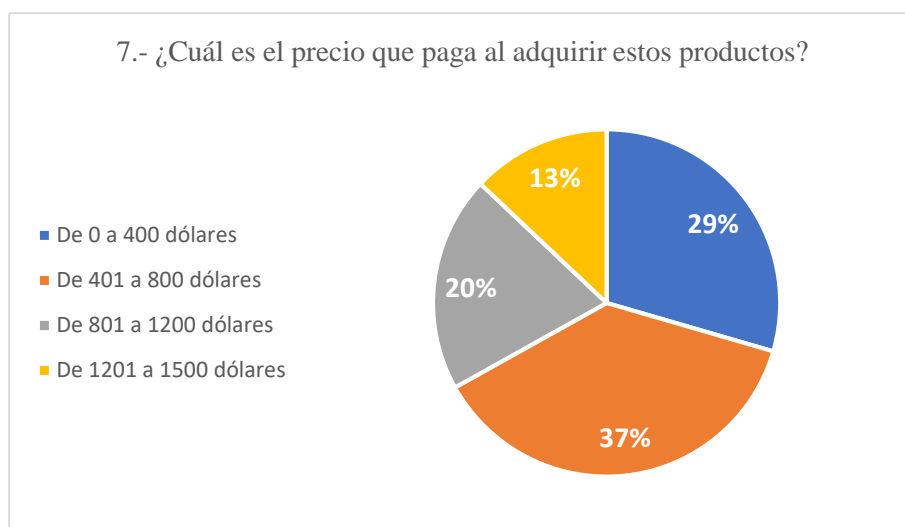
#### Tabla 8

*Respuesta de la pregunta número 7*

De 0 a 400 dólares	De 401 a 800 dólares	De 801 a 1200 dólares	De 1201 a 1500 dólares
41	52	28	18
29%	37%	20%	13%
<b>Total, encuesta</b>			139

*Nota.* Elaboración de los autores



**Figura 9***Respuesta de la pregunta número 7**Nota.* Elaboración de los autores

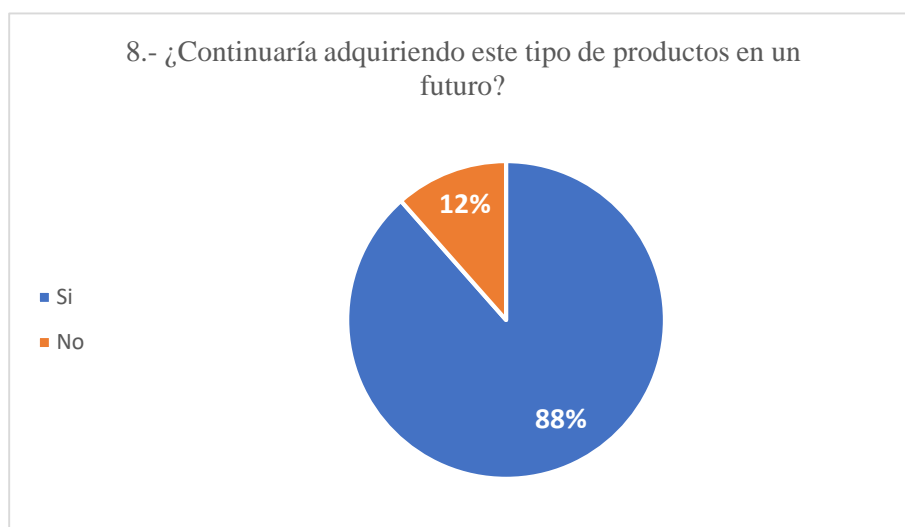
**Análisis:** De igual forma, el cuestionario permitió conocer los precios por los cuales son adquiridos los juegos pirotécnicos, siendo el 37% de los encuestados compra este tipo de productos en un rango que va desde los 401.00 dólares hasta los 800.00 USD, el 29 % los adquiere por un monto hasta los 400.00 dólares, el 20% paga entre 801.00 y 1200.00 dólares y el 13% de 1201.00 hasta 1500.00 dólares.

#### 8.- ¿Continuaría adquiriendo este tipo de productos en un futuro?

**Tabla 9***Respuesta de la pregunta número 8*

Si	No
123	16
88%	12%
<b>Total, encuesta</b>	139

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 10***Respuesta de la pregunta número 8**Nota.* Elaboración de los autores

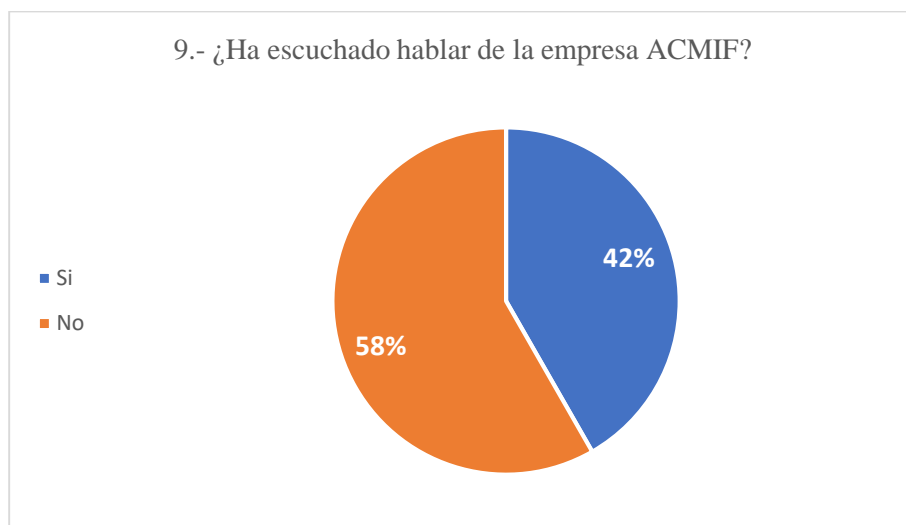
**Análisis:** A su vez, un 88% de los encuestados indican que continuarían adquiriendo este tipo de productos en un futuro.

### 9.- ¿Ha escuchado hablar de la empresa ACMIF?

**Tabla 10***Respuesta de la pregunta número 9*

Si	No
58	81
42%	58%
<b>Total, encuesta</b>	139

*Nota.* Elaboración de los autores

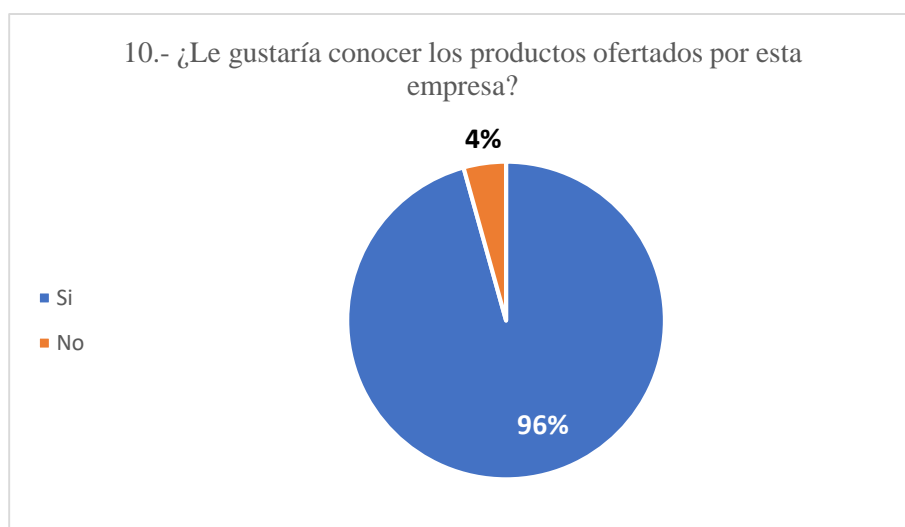
**Figura 11***Respuesta de la pregunta número 9**Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** Por otra parte, el 58% de los encuestados señalan que no han escuchado hablar de la empresa ACMIF, lo cual indica un gran margen de crecimiento para la entidad ante la posibilidad de llegar a este público interesado en este tipo productos.

**10.- ¿Le gustaría conocer los productos ofertados por esta empresa?****Tabla 11***Respuesta de la pregunta número 10*

Si	No
133	6
96%	4%
<b>Total, encuesta</b>	139

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 12***Respuesta de la pregunta número 10**Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** El resultado de la pregunta 10 ratifica el análisis anterior, ya que el 96% de los encuestados les interesa conocer sobre los productos que ofrece la entidad.

**11.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información de esta empresa?**

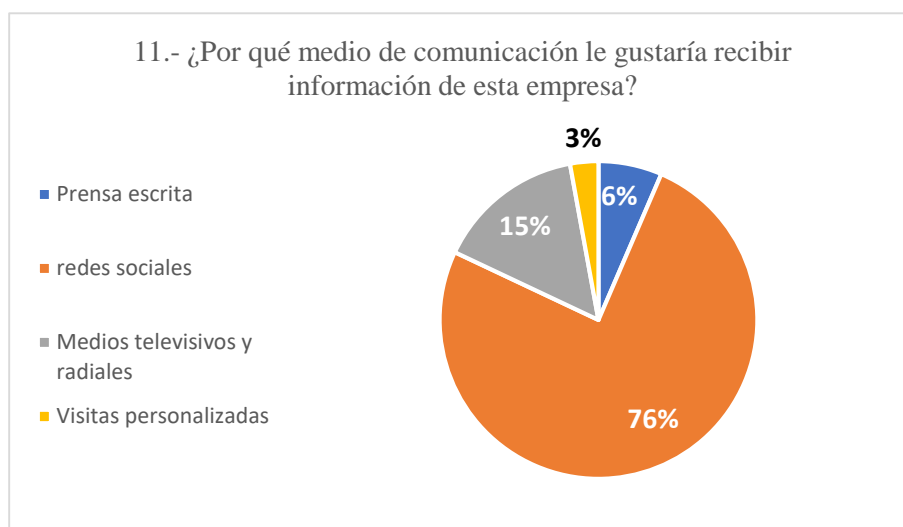
**Tabla 12***Respuesta de la pregunta número 11*

Prensa escrita	redes sociales	Medios televisivos y radiales	Visitas personalizadas
9	105	21	4
6%	76%	15%	3%
<b>Total, encuesta</b>			139

*Nota.* Elaboración de los autores

**Figura 13**

*Respuesta de la pregunta número 11*



*Nota.* Elaboración de los autores

**Análisis:** Por último, al ser preguntados por los medios de comunicación más aceptados para recibir información de la empresa y sus productos, el 76% de los encuestados prefiere que sean a través de las redes sociales, seguido de los medios televisivos y radiales con un 15%, con un 6% se encuentra la prensa escrita y solo el 3% prefiere que sea a través de visitas personales.

### **Presentación de hallazgos**

La empresa ACMIF (Agrupación Comprometida a la Manufactura e Importación de Fuegos Artificiales), se ha consolidado a lo largo del tiempo como una compañía de interés e innovación, ofreciendo calidad y tecnología exclusiva para resaltar la diversión en eventos en el país. Ofertando un servicio en el que se garantiza la seguridad personal y el cuidado del medio ambiente, ya que se cuenta con la implementación de productos y tecnologías certificadas que han sido probadas a través de rigurosas normas nacionales e internacionales de calidad y seguridad.

Se procura, además, la actualización y capacitación de la parte directiva de la empresa con el fin de lograr un desarrollo continuo, esto permitirá ejecutar y personalizar shows enfocados en los requerimientos del cliente.

#### **Figura 14**

*Logo empresarial*



*Fuente:* Empresa ACMIF (2022)

#### **Misión**

Brindar espectáculos pirotécnicos versátiles e innovaciones de la más alta calidad, haciendo uso de la tecnología vanguardista, donde se prioriza la seguridad como distintivo para garantizar todo tipo de eventos y ser partícipes de ocasiones inolvidables.

#### **Visión**

Ser un referente a nivel nacional como una empresa líder en el arte de la pirotecnia, conservando la tradición familiar caracterizada por el desarrollo de las increíbles coreografías de fuegos artificiales, poniendo de manifiesto el profesionalismo y responsabilidad en cada presentación.

#### **Valores corporativos**

- Puntualidad
- Calidad
- Responsabilidad

- Originalidad
- Honestidad
- Trabajo en equipo

La empresa está ubicada en el Cantón Sígsig, provincia del Azuay, se caracteriza por ser familiar. Lleva muchos años funcionando en el sector de la pirotecnia artesanal en forma empírica, motivada por alcanzar un crecimiento y el afán de llevar estos juegos pirotécnicos a todo el país. En el año 2008, uno de los miembros de la familia decide emprender un crecimiento como pequeña empresa, su nombre ACMIF Luces Artificiales, esta decisión permitió realizar su primera importación de materias primas para la fabricación de sus productos en el año 2009.

Un tiempo después, registró su propia marca, la cual se ha convertido en el grupo líder en Ecuador por la diversidad y calidad de sus productos. La iniciativa de crear arte a través de la pirotecnia, permite ver que no es solo un negocio, es una actividad para satisfacer la necesidad de placer, a partir de la imaginación de los diseñadores técnicos y pirotécnicos que han logrado resultados de una clase top, plasmados durante los espectáculos de fuegos artificiales.

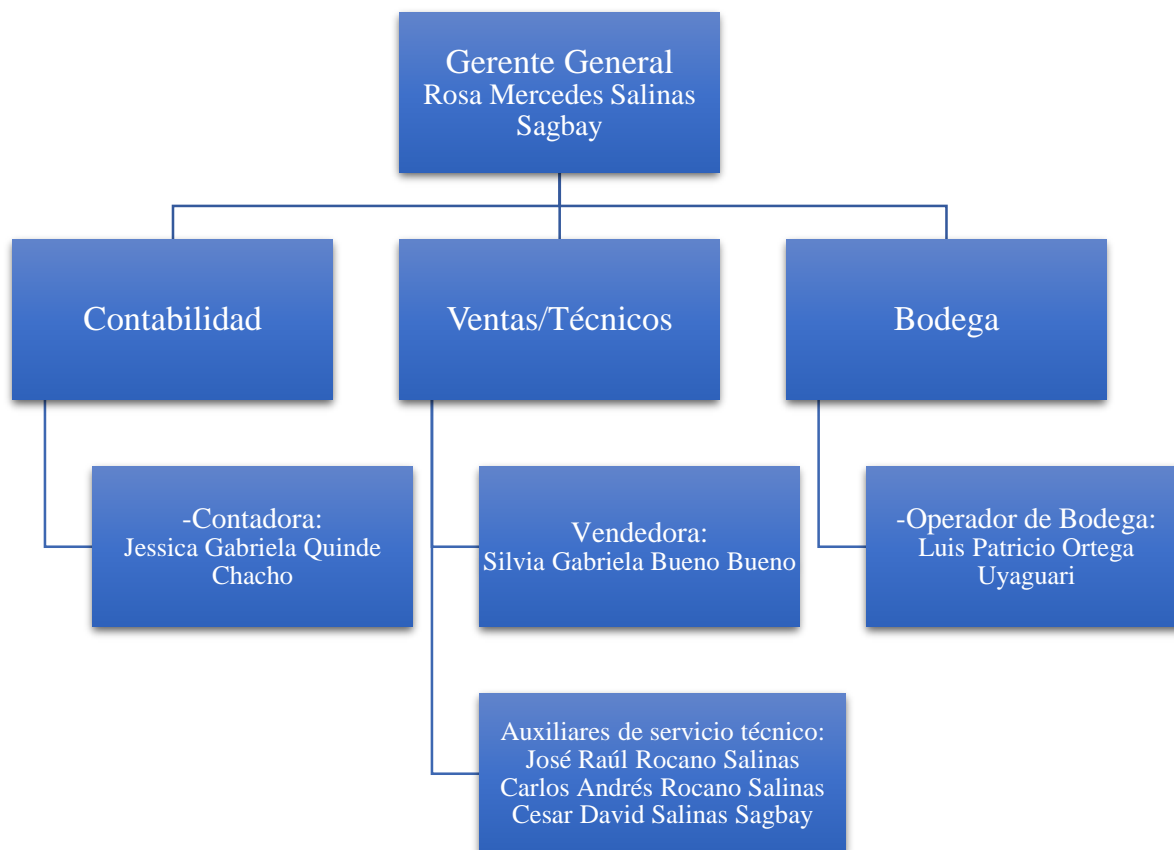
A su vez, los clientes han ido cimentando la imagen y relevancia de esta labor, haciendo a la entidad colaboradora fundamental en sus eventos, trayendo como resultado audiencias multitudinarias.

## Estructura de la empresa y puestos de trabajo

La empresa viene trabajando bajo la siguiente estructura organizativa:

**Figura 15**

*Organigrama de la empresa*



*Fuente:* Empresa ACMIF (2022)

Dentro de los hallazgos obtenidos, se puede destacar, la carencia de una estructura productiva que procure la mejora continua a través de un correcto lay-out de planta, para que en cada uno de los puestos de trabajo, se ejecuten las actividades estandarizadas que conduzcan a minimizar sus costos y, en consecuencia, les permita maximizar sus ganancias como empresa para con ello procurar un crecimiento sustentable y sostenido que favorezca al desarrollo de la economía del sector y de la ciudad con la generación de puestos de trabajo.

A su vez, la entidad no lleva a cabo actividades de publicidad, por lo que existe una gran parte del mercado que desconoce su existencia, tal como se puede evidenciar en los resultados



de la pregunta número 9 del cuestionario, donde el 58% de los encuestados no había escuchado hablar de la empresa. La ausencia de esta actividad en la entidad, limita sus posibilidades de crecimiento, siendo imprescindible para el desarrollo de cualquier empresa.

Estos hallazgos y los resultados obtenidos con el cuestionario, se relacionan con el objetivo general de este trabajo, dado que se analiza la realidad del sector y de la empresa, por ello se le da cumplimiento al objetivo general de analizar el sector artesanal pirotécnico de la Zona 6. Caso de estudio: empresa ACMIF.

Por otra parte, el marco teórico revisado permite comprender los objetivos específicos planteados con miras a determinar la contribución de estos conceptos en la realidad que se vive en el interior de la empresa. Establecer los referentes teóricos que permitan sustentar el análisis del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6. Caso de estudio: empresa ACMIF, permitió establecer un conjunto de principios mediante el apoyo de teorías de administración y gestión estratégica para que la empresa ACMIF pueda subsanar sus debilidades. Así mismo, diagnosticar la situación actual del entorno de la empresa ACMIF del sector artesanal pirotécnico de la Zona 6, permitió reconocer las debilidades de la entidad, expresadas en los hallazgos encontrados. De esta forma, sustentando la razón de proponer un plan estratégico basado en el CMI y en fusión de la situación del entorno de la empresa ACMIF, con el fin de mejorar el estado actual de la entidad y buscar alcanzar mejores resultados a nivel económico.

## Conclusiones

La empresa ACMIF fue creada con el fin de prestar un servicio de diversión para el público, a través de los juegos pirotécnicos. Siempre garantizando la seguridad personal y el cuidado del medio ambiente, ya que cuentan con la implementación de tecnologías certificadas que han sido probadas a través de rigurosas normas nacionales e internacionales de calidad y seguridad. Con la realización de este trabajo, el análisis del sector y de la empresa, se llegan a las siguientes conclusiones:

La relación de la entidad con el mercado objetivo es baja, debido a que el 58% de estos, desconocen de la existencia de la entidad. Sin embargo, existe la oportunidad para la empresa de revertir esta situación, ya que el 96% del público sostiene tener interés en los productos que ofrece.

Los resultados económicos de la entidad, distan mucho de lo que pudieran realmente llegar a ser, debido a la carencia de una estructura productiva capaz de lograr una mejora continua a través de un correcto lay-out de planta. Con la erradicación de este inconveniente, se minimizarían sus costos y, en consecuencia, se maximizarían sus ganancias.

Las condiciones existentes del entorno son propicias para el crecimiento de la entidad; siendo que un 91% del público objetivo adquiere juegos pirotécnicos, el 96% posee interés por los productos de la empresa y un 88% continuará adquiriendo este tipo de productos en el futuro.

La publicidad de la empresa es inexistente, provocando que solo un 42% del mercado haya escuchado hablar de la empresa, limitado sus posibilidades de crecimiento.

La aplicación del CMI permitirá la creación de metas estratégicas que mitigarán las deficiencias identificadas y mejorarán los aspectos positivos de la empresa en post de aprovechar las oportunidades existentes en el mercado y enfrentar las potenciales amenazas.

Siendo el Cuadro de Mando Integral una herramienta que contribuirá a que la empresa revierta su situación actual.

### **Recomendaciones**

Se recomienda que la empresa emplee el CMI como herramienta de planificación, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a erradicar las deficiencias identificadas dentro de la entidad.

Se recomienda que la empresa realice acciones de publicidad para que los individuos que muestran intereses en los productos que ofrece, concreten la compra de los mismos y se conviertan en clientes.

Fundamentado en las respuestas de la pregunta número 11, se recomienda que las acciones de publicidad se realicen por medio de las redes sociales, ya que el 76% de los encuestados prefiere recibir información por este medio.

## Bibliografía

ACMIF. (07 de Julio de 2022). *ACMIF*. Obtenido de ACMIF Luces Artificiales:

<https://www.facebook.com/acmif/>

Alonzo, E. N. (2021). *El plan estratégico institucional y el logro del objetivo de fortalecimiento de la gestión institucional en el tercer y cuarto trimestre del 2019 en la Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho*. Lima: Universidad

Continental. Obtenido de

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10490/2/IV\\_FCE\\_319\\_TE\\_Alonzo\\_Rolfo\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10490/2/IV_FCE_319_TE_Alonzo_Rolfo_2021.pdf)

Amboya, G., & Muñoz, M. (2018). *Propuesta de un plan estratégico para la pequeña empresa “El Lojanito” ubicada en la Provincia de Pichincha, parroquia rural Conocoto, Valle de los Chillos al sur- este del Cantón Quito periodo 2018-2022*.

Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/16679/1/T-UCE-0005-CEC-078.pdf>

Andrade, G. (2016). *Desarrollo de Planificación Estratégica para la empresa BDO Ecuador Cía. Ltda. para el período 2016-2018*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.

Arteaga, R. (2021). *Planificación estratégica y desempeño organizacional: caso Hidromaxi construcciones S.A. de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Estatal del Sur de Manabí. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3185/1/TESIS-%20PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION%20ARTEAGA%20RENNI.%20%281%29.pdf>

Asamblea Constituyente. (2008). *Contitución de la Republica del Ecuador*. Quito: Asamblea Constituyente. Retrieved from <https://pymsservices.com/wp->

content/uploads/2020/02/CONSTITUCI%C3%93N-DE-LA-REP%C3%9ABLICA-DEL-ECUADOR.pdf

- Baidal, K., & Alarcon, G. (2017). *Implementación de una planificación estratégica en la empresa Indumaster S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Banco Mundial. (28 de Septiembre de 2021). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- Barría, R. (2018). *Diseño de una planificación estratégica y su implantación a través de un cuadro de mando integral para la empresa de Asesoría y Servicio Eléctrico-Forestal RB Transmisión*. Puerto Montt: Universidad Austral de Chile. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2018/bpmb275d/doc/bpmb275d.pdf>
- Bravo, G., & Herrera, M. (2017). *Propuesta de un plan estratégico para la compañía de transporte carga pesada Transcalsa S.A. ciudad de Portoviejo período 2017-2021*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.
- Brume, M. J. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Espacios*, 38(51), 20.
- Castro, L., & Fernández, J. (2020). Un país conectado a un respirador: Ecuador y la crisis provocada por el COVID-19. *Ecuador Debate* 110, 25-60.
- CEPAL. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: efectos económicos y sociales*. Santiago de Chile: CEPAL.
- David, F. (2016). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Davila, A. (2019). El Cuadro de Mando Integra. *Revista Antiguos Alumnos IESE* , 34-42.
- Díaz, N. (27 de 12 de 2021). *Cuadro de Mando Integral. Qué es, para qué sirve y ejemplo definitivo*. Obtenido de <https://negociosyempresa.com/cuadro-de-mando-integral/>

- Fernández, A. (2018). El Balanced Scorecard ayudando a implantar la estrategia. *Revista de Antiguos Alumnos IESE*, 31-42.
- Guerra, P., Viera, D., Beltrán, D., & Bonilla, S. (2021). *Seguridad industrial y capacitación: un enfoque preventivo de salud laboral*. Quito: Editorial de la Universidad Tecnológica Indoamérica. Obtenido de <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Libro%20Seguridad%20Industrial.pdf>
- Hernández, J. D. (2018). Seguridad ocupacional para prevenir accidentes en la industria. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 5(10), 1-9. Obtenido de <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/773/1109>
- Hernández, R., Fernández, C., & del Pelar, M. (2014). *Metodología de la Investigación, Tomo II*. México DF: MC. Graw-Hill. Retrieved from <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (07 de Junio de 2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Geoestadística: <https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/94/download/1852>
- López, I. (2017). *Modelo de gerencia estratégica para la cooperativa en taxis Río Babahoyo*. Babahoyo: Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Mckeown, M. (2015). *The Strategy Book*. New York: Prentice Hall.
- Ministerio del Trabajo. (2022, Mayo 26). *Ministerio del Trabajo*. Retrieved from Seguridad y Salud en el Trabajo: <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Moreno, C., Cevallos, D., & Balseca, N. (2018). La planeación estratégica en el sector empresarial ecuatoriano. Estudio de caso: Cerraduras Ecuatorianas S.A. *Revista*

- Espacios*, 39(42), 18-36. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p18.pdf>
- Muñoz, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Progreso S.A de C.V. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>
- Neira, J. G., & Claudia, E. (2017). *Plan estratégico para la empresa Serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Norton, & Kaplan. (2017). *Como utilizar el cuadro de mando integral” (The strategy-focused organization)*. Harvard Business School Pres.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2020). *Impacto macroeconómico del COVID-19 en Ecuador: desafíos y respuestas*. Paris: OCDE. Obtenido de <https://www.oecd.org/dev/Impacto-macroeconomico-COVID-19-Ecuador.pdf>
- Ortega, J., Rodríguez, J., & Hernández, H. (2017). Importancia de la seguridad de los trabajadores en el cumplimiento de procesos, procedimientos y funciones. *Revista Academia & Derecho*, 8(14), 155-176. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6713605.pdf>
- Rodiles, A., & Fuentes, Z. (2017). Modelos de aplicación de los mapas estratégicos. *Horvat and Partners*, 41-45.
- Rodríguez, C. (2020). *Propuesta de un plan estratégico para la empresa MEDI-THERMIC S.A.S*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25490/1/PROPUESTA%20DE%2>

OUN%20PLAN%20ESTRATEGICO%20PARA%20LA%20EMPRESA%20MEDI%  
20-%20THERMIC%20S.A.S..pdf

- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma. Retrieved from <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Santos, C., & Fidalgo, C. (2016). Un análisis de la flexibilidad del cuadro de mando integral (CMI) en su adaptación a la naturaleza de las organizaciones. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*(4), 85-116.
- Siaden, M. J. (2019). *Propuesta de plan estratégico para la empresa Distribuciones y Almacenes ARRUE S.A.C*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/2154/TL\\_SiadenHenandezManuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/2154/TL_SiadenHenandezManuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Terra, L., & Passador, J. (2017). Symbiotic Dynamic: The Strategic Problem from the Perspective of Complexity. *Systems Research and Behavioral Science*, 33(2), 235–248.
- Urbano, A. P. (2019). *Administración estratégica y desempeño organizacional en el Banco de la Nación, agencias en la provincia de Huaura, 2018*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de <http://200.48.129.167/bitstream/handle/UNJFSC/2831/PAOLA%20URBANO%20GARCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zambrano, J. (2021). *Plan estratégico 2022 – 2025, para la empresa Open the Box*. Bogotá: Universidad Santo Tomás. Obtenido de

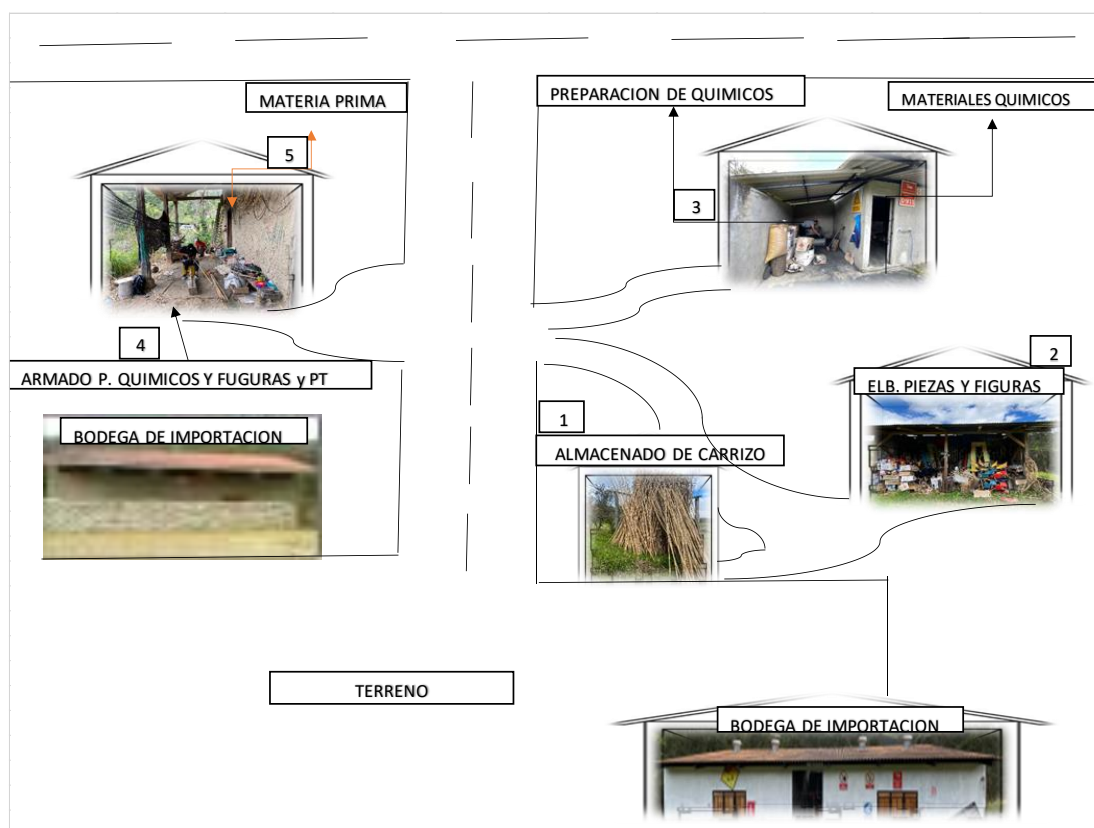


[https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37669/2021JairoZambrano.pdf?  
sequence=1](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37669/2021JairoZambrano.pdf?sequence=1)

## Anexos

### Anexo 1

#### Áreas de trabajo



*Nota.* Elaboración de los autores

### Anexo 2

#### Descripción de Materia Prima

Agrupacion Comprometida a la Manufactura e Importacion de fuegos Artificiales					
Cantidad	Descripcion	kg	Total Kg/Gl	Precio	Total
	<b>Materia Prima</b>				
10	Nitrato de potacio	25	250	98,21	982,1
10	Azufre	25	250	31,25	312,5
10	Carbon en polvo	10	100	49,11	491,1
15	Resma de papel A3 75gr			50	750
5000	Carrizo			0,1	500
12	Hilo de algodón	1	12	12	144
4	Metro			5	20
6	Cierna manual			12	72
1	Cocina			500	500

2	Alambre	1	2	40	80
1	Forradora de mecha			600	600
10	Cuchillos			8	80
	Pinturas / Esmalte	<b>Gl</b>	<b>Total Gl</b>		
5	Pintura azul	1	5	18	90
5	Pintura roja	1	5	18	90
5	Pintura amarillo	1	5	18	90
5	Pintura verde	1	5	18	90
5	Pintura negra	1	5	18	90
5	Pintura blanca	1	5	18	90
	Tubos de carton				
100	6cm*15ml de boca			0,08	8
100	7cm * 12 ml de boca			0,08	8
100	8 cm * 12 ml de boca			0,08	8
50				0,5	25
	<b>TOTAL \$</b>				<b>5120,7</b>

**Agrupacion**  
Comprometida  
a la  
Manufactura e  
Importacion  
de fuegos  
Artificiales

Cantidad	Descripcion	kg	Total Kg/Gl	Precio	Total
	Materia Prima				
10	Nitrato de potacio	25	250	98,21	982,1
10	Azufre	25	250	31,25	312,5
10	Carbon en polvo	10	100	49,11	491,1
15	Resma de papel A3 75gr			50	750
5000	Carrizo			0,1	500
12	Hilo de algodón	1	12	12	144
4	Metro			5	20
6	Cierna manual			12	72
1	Cocina			500	500
2	Alambre	1	2	40	80
1	Forradora de mecha			600	600
10	Cuchillos			8	80
	Pinturas / Esmalte	<b>Gl</b>	<b>Total Gl</b>		
5	Pintura azul	1	5	18	90
5	Pintura roja	1	5	18	90
5	Pintura amarillo	1	5	18	90
5	Pintura verde	1	5	18	90

5	Pintura negra	1	5	18	90
5	Pintura blanca	1	5	18	90
	Tubos de carton				
100	6cm*15ml de boca			0,08	8
100	7cm * 12 ml de boca			0,08	8
100	8 cm * 12 ml de boca			0,08	8
50				<b>0,5</b>	<b>25</b>
	TOTAL \$				5120,7

Fuente: Empresa ACMIF (2022)

### Anexo 3

#### Áreas de Producción

**Agrupacion  
Comprometida**  
a la Manufactura  
e Importacion de  
fuegos  
Artificiales

N°	Areas de Produccion
1	Almacenado de Carrizo
2	Elaboracion de Piezas y fugyras
3	Preparacion de quimicos
4	Armado de figuras y quimicos
5	Materia Prima

Fuente: Empresa ACMIF (2022)

Elaboracion de una sola pieza para elaborar un castillo o figuras							
N°	Elaboracion Partes y piezas Descripcion	Cantidad / Medidas					
		Carrizos	Papel A3	Pioala	Pintura V.	Pintura R.	Pintura
1	Piso de castillo	25 u	40 u	1/2 kg	1/2 gl	1/2 gl	1/2
2	Rueda	2 u	5 u	1/2 kg	1/2 gl		1/2
3	Aletas	2 u		1/4 kg			
4	Vaca Loca	15 u	25 u	1/4 kg			1/2
5	Pavo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
6	Gallina	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
7	Gallo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
8	Caballo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
9	Indo lorenzo	20 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
10	Kurikingas	12 u	10 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4
11	Rodillo	8 u	5 u	1/4 kg	1/4 gl		1/4
12	palomas	3 u		1/4 kg			
13	Pilares	2 u					

14	Globos de colores	3 u	10 u	1/4 kg			
----	-------------------	-----	------	--------	--	--	--

**Anexo 4**

*Elaboración de una sola pieza para elaborar un castillo o figuras*

<b>Elaboracion de una sola pieza para elaborar un castillo o figuras</b>									
<b>Elaboracion Partes y piezas</b>		<b>Cantidad / Medidas</b>							
N°	Descripcion	Carrizos	Papel A3	Pioala	Pintura V.	Pintura R.	Pintura B.	Pintura N.	Engrudo
1	Piso de castillo	25 u	40 u	1/2 kg	1/2 gl	1/2 gl	1/2 gl	1/2 gl	1 gl
2	Rueda	2 u	5 u	1/2 kg	1/2 gl		1/2 gl	1/2 gl	1/2 gl
3	Aletas	2 u		1/4 kg					
4	Vaca Loca	15 u	25 u	1/4 kg			1/2 gl	1/2 gl	1/2 gl
5	Pavo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl
6	Gallina	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl
7	Gallo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl
8	Caballo	15 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl
9	Indo lorenzo	20 u	25 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/2 gl
10	Kurikingas	12 u	10 u	1/4 kg	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl	1/4 gl
11	Rodillo	8 u	5 u	1/4 kg	1/4 gl		1/4 gl		1/4 gl
12	palomas	3 u		1/4 kg					
13	Pilares	2 u							
14	Globos de colores	3 u	10 u	1/4 kg					1/4 gl

*Fuente: Empresa ACMIF (2022)*

**Anexo 5**

*Elaboración de químicos*

<b>Agrupacion Comprometida a la Manufactura e Importacion de fuegos Artificiales</b>						
<b>Elaboracion de quimicos</b>		<b>Cantidades o medidas</b>				
N°	Descripcion	Dependiendo la <b>demanda</b>				
1	Mecha o cordon con polvora	Polvora negra	Goma	hilo de algodón	vandeja	
2	Rastrero		Polvora negra	Nitrato de potacio	Azufre	Carbon y Barro
3	Luces de colres		Polvora negra	Nitrato de potacio	Papel / embudo	Mazo de madera
4	Silvadores		Peclorato	Benzuato de potacio	Tubos de carton	

*Fuente: Empresa ACMIF (2022)*

**Anexo 6***Armado de los productos Químicos a partes y piezas y Productos Terminados*

---

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pedido</b>	<b>Observaciones</b>
1	pisos de castillos		
2	ruedas		
3	aletas		
4	vacas locas		
5	indio lorenzo		
6	curikingas		
7	aviones		
8	palomas		
9	Perros		
10	Gallina		
11	Pavo		
12	Venado		
13	Torro		
14	Oso		
15	Mama Juana		

---

*Fuente: Empresa ACMIF (2022)*

## Anexo 7

## Rol de pagos Año 2022

SALINAS SAGBAY ROSA MERCEDES												
RUC:0102134665001 Telefonos: (07)2256 - 088 Sigfile - Azuay - Ecuador												
ROL DE PAGOS AÑO 2022												
MES DE: ENERO												
Nº	NOMBRE	CODIGO	CARGO	SUELDO REDUCCION	FONDOS DE RESERVA	PAGO MENSUAL DECIMO TERCER	PAGO MENSUAL DECIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE LESS 9,45%	ANTICIPOS / deducciones	TOTAL DESCUENTO	LIQUIDO A RECIBIR
PERSONAL ADMINISTRATIVO												
1	SALINAS SAGBAY ROSA MERCEDES 0102134665	1918200000101	GERENTE /PROPIETARIA	444,19	0,00	0,00	0,00	444,19	41,97		41,97	402,22
2	QUINDE CHACHO JESSICA GABRIELA 0106425408	1910000000012	CONTADORA	393,81	0,00	32,82	17,71	444,34	37,21		37,21	407,13
3	ORTEGA UYAGUARI LUIS PATRICIO 0104315262	1910000000023	OPERADOR DE BODEGA	238,28	19,85	19,86	17,71	295,70	22,51		22,51	273,19
PERSONAL DE VENTAS / TECNICO												
4	BUENO BUENO SILVIA GABRIELA 0106471329	1930000000020	VENDEDORA	239,52	19,95	19,96	17,71	297,14	22,63		22,63	274,51
5	ROCANO SALINAS JOSE RAUL 0104915699	1920000000007	AUXILIAR DE SERVICIO TECNICO	275,00	22,91	22,92	17,71	338,53	25,99		25,99	312,55
6	ROCANO SALINAS CARLOS ANDRES 0104899224	1920000000007	AUXILIAR DE SERVICIO TECNICO	233,77	19,47	19,48	17,71	290,43	22,09		22,09	268,34
7	SALINAS SAGBAY CESAR DAVID 0104916713	1920000000007	AUXILIAR DE SERVICIO TECNICO	233,77	19,47	19,48	17,71	290,43	22,09		22,09	268,34
<b>TOTAL REMUNERACION MENSUAL</b>				<b>2.058,34</b>	<b>101,65</b>	<b>134,51</b>	<b>106,26</b>	<b>2.400,77</b>	<b>194,48</b>		<b>194,48</b>	<b>2.206,28</b>

ING. JESSICA QUINDE  
CONTADORA

SRA. ROSA MERCEDES SALINAS S.  
GERENTE - PROPIETARIA

Fuente: Empresa ACMIF (2022)

## Anexo 8

## Listado de precios 2022

LISTADO DE PRECIOS 2022 "MAYORISTAS"							
No	ITEM NUMBER&NAME		SHOTS	PACKING	CARTÓN	1/2 CART	V.UNIT
1	RS-C133 RASCACIELO	TORTA	133	6/1	215,00	115,00	45,00
2	RS-C019-DC DEP CUENCA	TORTA	19	12/1	280,00	150,00	25,00
3	RS-C119 BIG MIX	TORTA	19	12/1	200,00	120,00	23,00
4	RS-C119-HD 19HD NEON	TORTA	19	12/1	280,00	150,00	25,00
5	RS-C1015 CRAZY	TORTA	49	2/1	100,00	60,00	
6	RS-C1015A WONDERFULL	TORTA	49	2/1	100,00	60,00	
7	RS-C1015B FESTIVAL	TORTA	49	2/1	100,00	60,00	
8	RS-C1049A TIGER FAN	TORTA	49	4/1	140,00	77,50	42,50
9	RS-C049 GOLD REAL	TORTA	49	2/1	110,00	65,00	
10	RS-C049A MATRIX (FAN)	TORTA	49	2/1	110,00	65,00	
11	RS-C049B ELITE (FAN)	TORTA	49	2/1	110,00	65,00	
12	RS-C049C HAPPY (FAN)	TORTA	49	2/1	110,00	65,00	
13	RS-C050N BOY OR GIRL NIGHT	TORTA	50	8/1	175,00	100,00	30,00
14	<b>RS-C050D BOY OR GIRL SMOKE</b>	TORTA DIA	50	8/1	175,00	100,00	30,00
15	RS-C061 SHINE	TORTA	61	2/1	135,00	75,00	
16	RS-C1014A FUSS	TORTA	100	4/1	170,00	95,00	52,50
17	RS-C084 ACMIF FIREWORKS	MEGATORTA	84	1/1	125,00		
18	RS-BC025 GIGANT 25	MEGATORTA	25	2/1	97,50	52,50	
19	RS-BC036 GIGANT 36	MEGATORTA	36	2/1	135,00	75,00	
20	RS-BC049 GIGANT 49	MEGATORTA	49	2/1	185,00	102,50	
21	RS-C025-50 POWER 25	MEGATORTA	25	2/1	155,00	85,00	
22	RS-C036-50 POWER 36	MEGATORTA	36	2/1	215,00	115,00	
23	RS-C020-60 SUPER POWER 20	MEGATORTA	20	2/1	180,00	100,00	
24	<b>P5151 CONFETTI CAKE</b>	TORTA DIA	30	12/1	435,00	240,00	42,50
25	<b>RS-CP025 PARACAIDAS</b>	TORTA DIA	25	4/1	145,00	80,00	42,50
26	<b>RS-S025 SMOKE CAKE</b>	TORTA DIA	25	4/1	145,00	80,00	42,50
27	<b>RS-S025F SMOKE CAKE FAN</b>	TORTA DIA	25	4/1	155,00	85,00	45,00
28	<b>RS-S01 COLOR SMOKE (HUMO)</b>	TORTA DIA		6/12/2	250,00	135,00	50,00
29	RS-AM ANTORCHA (NOCHE)	DE MANO		3/12	100,00	75,00	45,00
30	RS-M150 911 MISSILE	MISSILE	150	9/1	125,00	67,50	17,50
31	RS-V07 VOLCAN 7"	VOLCAN		10/4	125,00	72,50	17,50
32	RS-F1005 NEON - FLOWER	FUENTE		48/1	140,00	77,50	3,75
33	RS-F1006 FLOWER	FUENTE		48/1	115,00	65,00	3,00
34	RS-F1008 DIABLO HUMA	FUENTE		12/1	120,00	67,50	14,00
35	RS-3000 DISCOTECA	FUENTE		60/10	150,00	82,50	3,00
36	RS-VP001 VELA PASTEL	FUENTE		100/6	165,00	90,00	2,00
37	P4016 DRAGON TAIL 1"	VELA	5	30/5	255,00	142,50	11,00
38	RS-BRC01 ROSA CHINA BIG	TORBELLINO		50/4	125,00	70,00	3,00
39	RS-2000 PILI CRACKER JUMBO			12/24/12	210,00	120,00	22,50
40	RS-HM75 HILO MAGICO 75CM			60/6	125,00	75,00	2,75
41	RS-A001 AVION			40/3	95,00	57,50	3,00
42	<b>RS-LF022 LUZ FRIA 30SEG 2M (2)</b>	LUZ FRIA		20/5	275,00	160,00	17,50
43	<b>RS-LF052 LUZ FRIA 20SEG 5M (2)</b>	LUZ FRIA		20/5	390,00	220,00	27,50
44	<b>RS-LF05 LUZ FRIA 20SEG 5M</b>	LUZ FRIA		20/5	390,00	220,00	27,50
45	RS-C250 CASCADA	LUZ FRIA		8/1	520,00	280,00	75,00



Sigsig - Azuay

acmif@hotmail.es  
Calle San Sebastián a  
100 metros detrás del  
terminal terrestre

Telf.: 07 2 266 088

EMPRESA  
AUTORIZADA POR LA  
DIRECCIÓN DE LOGÍSTICA  
DEL COMANDO CONJUNTO  
DE LAS FUERZAS ARMADAS



Fuente: Empresa ACMIF (2022)