



Las empresas online y el servicio de consultoría en el cantón Portoviejo y la estrategia de supervivencia

Survival strategies for online companies belonging to the Portoviejo canton

As empresas online e o serviço de consultoria no cantão de Portoviejo e a estratégia de sobrevivência

Gema Cristina Cabrera-Briones ^I

gcabrera@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1536-4662>

Luis Olmedo Briones-Saltos ^{II}

luis.briones@utm.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0128-9059>

Delia Alina Acosta-Chávez ^{II}

delia.acosta@utm.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8925-7395>

Correspondencia: gcabrera@gmail.com

Ciencias de la Salud
Artículo de revisión

***Recibido:** 10 de noviembre de 2020 ***Aceptado:** 10 de diciembre de 2020 * **Publicado:** 04 de enero de 2021

- I. Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Posgrado de la Universidad Técnica de Manabí, Ingeniera Comercial de la República del Ecuador, Funcionaria Pública de la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP y Docente de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Manabí, Ecuador.
- II. Magister en Educación y Desarrollo Social, Magister en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- III. Magister en Investigación Educativa, Ingeniero Comercial, Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

Resumen

El objetivo del presente trabajo es identificar las peculiaridades del servicio de consultoría de las empresas online Acolit S.A. y Fumitame S.A., pertenecientes al cantón Portoviejo y su estrategia de supervivencia. En la investigación se utilizaron los métodos cualitativo y cuantitativo. A propósito, se revisaron textos fundamentales, clásicos del tema y artículos en publicaciones especializadas; asimismo, se realizaron entrevistas a los gerentes de dichas empresas. Como recurso del método cuantitativo, se realizaron encuestas a los emprendedores dueños de dichas empresas. Predominó la observación, el razonamiento inductivo y la revelación de diferentes conceptos, dentro de una perspectiva que analiza y observa el sistema como un todo integrado y global. Finalmente, se extrajeron conclusiones en correspondencia con los resultados obtenidos.

Palabras Clave: Empresas online; estrategias de supervivencia; consultoras Acolit S. A. y Fumitame S. A.; cantón Portoviejo; provincia Manabí; Ecuador.

Abstract

The objective of this work is to identify the peculiarities of the consulting service of online companies Acolit S.A. and Fumitame S.A., belonging to the Portoviejo canton and its survival strategy. Qualitative and quantitative methods were used in the research. By the way, basic texts, classics on the subject and articles in specialized publications were reviewed; Likewise, interviews were conducted with the managers of these companies. As a resource for the quantitative method, surveys were conducted with the entrepreneurs who own these companies. Observation, inductive reasoning and the revelation of different concepts predominated, within a perspective that analyzes and observes the system as an integrated and global whole. Finally, conclusions were drawn in correspondence with the results obtained.

Keywords: Online companies; survival strategies; consultants Acolit S. A. and Fumitame S. A. ; Portoviejo canton; Manabi province; Ecuador.

Resumo

O objetivo deste trabalho é identificar as peculiaridades do serviço de consultoria das empresas online Acolit S.A. e Fumitame S.A., pertencente ao cantão de Portoviejo e sua estratégia de sobrevivência. Métodos qualitativos e quantitativos foram utilizados na pesquisa. Aliás, foram

revisados textos básicos, clásicos sobre el asunto e artículos en publicaciones especializadas; De la misma forma, fueron realizadas entrevistas con los gestores de esas empresas. Como recurso del método cuantitativo, fueron realizadas pesquisas junto a los empresarios propietarios de esas empresas. Predominaron la observación, el raciocinio inductivo y la revelación de diferentes conceptos, desde una perspectiva que analiza y observa el sistema como un todo integrado y global. Finalmente, las conclusiones fueron sacadas en correspondencia con los resultados obtenidos.

Palabras-clave: Empresas online; estrategias de supervivencia; consultores Acolit S. A. e Fumitame S. A.; Cantón de Portoviejo; Provincia de Manabí; Ecuador.

Introducción

Con el rápido crecimiento del uso de Internet, desde comienzos del siglo XXI, muchas empresas se vieron obligadas a transformar sus negocios, orientándose a un entorno más digital. Pero, la penetración de la digitalización en los diferentes sectores económicos no tuvo el mismo ritmo.

Sin embargo, en la actualidad, asociado a la pandemia y la crisis que ella ha provocado, se evidencia un auge de emprendimientos emergentes y un fuerte crecimiento de los negocios asociados a Internet. Principalmente en los estratos socio-económicos menos privilegiados, donde el desempleo ha pegado con fuerza y ha afectado a las cabezas de familia, las personas se han vuelto hacia el comercio online como vía de escape a su precaria situación. Quienes tienen unos pocos recursos, habilidades y ciertos conocimientos de las nuevas tecnologías han encontrado en el comercio electrónico una alternativa de ingresos en medio de esta pandemia mundial.

La venta a través del social commerce es una de las vías preferidas ya que las redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp y otras similares son muy populares y extendidas en el Ecuador. Por otro lado, los especialistas y profesionales también presentan nuevas iniciativas, ofrecen cursos y talleres mediante plataformas digitales; otras empresas permanecen sirviendo al mismo segmento de mercado que conocen bien, pero reemplazando el servicio, que ahora no pueden ofrecer físicamente, por un producto alternativo, procurando no perder la relación que han construido con sus clientes. Igualmente, negocios que previa pandemia solo aceptaban pagos en efectivo ahora admiten crédito, a la par, grandes minoristas venden a través de mensajería instantánea, por ejemplo, en WhatsApp, variedades de comida a domicilio, productos terminados o semielaborados, en otras palabras, los medios digitales han brindado muchas estrategias de supervivencia.

No hay duda de que la vida se ha orientado, cada vez más, a un mundo digital. No obstante, cabe señalar que la transformación de un negocio no se realiza de un día para otro, sino que se trata un proceso que, exige preparación y trabajo a muchos niveles. Las grandes empresas tienen la capacidad y recursos de iniciar la transformación digital de sus canales de venta y ya la han iniciado; las pequeñas se afanan en ello como una necesidad para la supervivencia.

En Ecuador el mayor porcentaje de empresas corresponden a las pequeñas y medianas; de hecho, el 97,9% clasifican como pequeñas empresas.

Tabla 1: Participación porcentual de las empresas en el total nacional

Participación porcentual de las empresas en el total nacional		
Tamaño de empresa	No. de empresas	% del Total
Total	899, 208	100%
Micro y Pequeñas	880, 670	97,9%
Medianas	14, 278	1,6%
Grandes	4, 260	0,5%

Fuente: Directorio de Empresas-DIEE 2018

Estas empresas para entrar en la tendencia del comercio electrónico se valen de plataformas intermediarias de marketing, entrega, pagos y otros servicios complementarios. Pero entrar y posesionarse en este mundo no puede verse como algo intuitivo, este requiere de un plan estratégico que permita a estas pequeñas empresas enfocar debidamente su estrategia su intención.

Desarrollo

Marco de referencia

A continuación, se muestra la sustentación teórica del presente proceso investigativo, entendido como un paso esencial para direccionar el camino, rescatando los principales aspectos que permiten entender el tema con mayor rigurosidad y reconocer el trabajo que se ha adelantado en la materia.

Estrategia de supervivencia

Si bien, en sus orígenes la palabra estrategia se relaciona con la guerra y su dirección, hoy en día su uso se ha extendido hasta alcanzar el ámbito de la actividad económica, resaltando de su concepción a aquellas ideas planeadas con el fin de alcanzar un determinado objetivo, donde sin duda juegan un papel fundamental la imaginación y la lógica.

La estrategia puede definirse como un patrón de comportamiento a través del tiempo, el cual, como consecuencia, genera un plan de acción desde una perspectiva adecuada para lograr cierta posición, a través de maniobras orientadas a ganarle a la competencia, por ejemplo, para posicionar un determinado producto en un mercado específico

Porter (1996) define estrategia como la creación de una posición única y valiosa integrada por un conjunto distinto de actividades orientadas a sostener dicha posición. Algunas características de la estrategia es que establece una dirección, concentrando los esfuerzos de la misma hacia un objetivo organizacional común, generando un sentido de apropiación; dado que el equipo organizacional percibe a través de la estrategia un método consistente para entender a su organización estrategia consiste en crear un calce entre las actividades de una empresa.

Asimismo, opina Porter (1996) que el éxito de una estrategia depende de realizar bien muchas cosas -no solo unas pocas- e integrarlas entre sí. Si no existe un calce entre las actividades, no hay una estrategia distintiva ni mucha sustentabilidad. La conexión y reforzamiento estratégico entre muchas actividades es fundamental no solamente para la ventaja competitiva sino también para sustentar dicha ventaja.

Considerar la estrategia en términos de sistema de actividades solo pone más en por qué, la estructura, los sistemas y procesos de una organización deben ser específicos de una estrategia, adecuar la organización a la estrategia facilita el logro de complementariedades y contribuye a la sustentabilidad, la continuidad también afianza la identidad de una empresa.

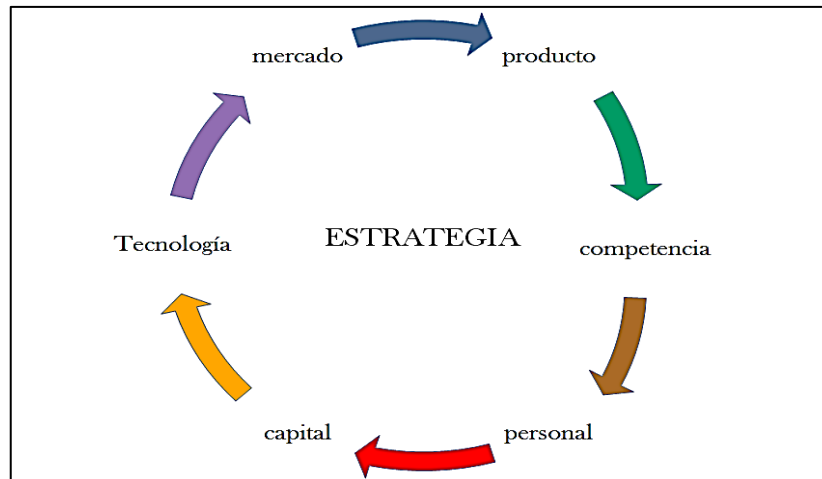
Imputar las dificultades de una empresa a una mala organización, evidencia que a menudo el problema se sitúa a nivel de la estrategia: la empresa no se ajusta a un cambio del medio ambiente externo; por ejemplo, desaprovecha una oportunidad del mercado o bien no percibe a tiempo una amenaza, lo que afecta sobre las estructuras y las personas, considerándose así un problema organizacional.

El Administrador de la empresa visualiza la cadena de dificultades empresariales, las cuales pueden ser: modificación del medio ambiente, problema de estrategia, problemas de estructura,

problemas de talento humano, a partir de ello, debe tratar de resolver en forma diligente los problemas en un orden lógico en lugar de aliviar los síntomas del mal; debe hacer un diagnóstico de los factores de supervivencia.

Factores de supervivencia de la empresa: producto, competencia, personal, capital, tecnología y mercado, los cuales no se pueden ver por separado, dado que guardan entre sí una sinergia.

Grafica 1: Factores de supervivencia de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Con la pujanza en estos estudios, se ha impuesto en la literatura económica el término estrategia de supervivencia. Expresión utilizada por primera vez por Joaquín Duque y Ernesto Pastrana, en la década del setenta y refrendada más tarde en el “Taller sobre estrategias de supervivencia”, década de los ochenta, realizado en Buenos Aires.

En sí misma, la expresión hace referencia a los mecanismos o factores que pueden ayudar a la supervivencia económica, principalmente, a los elementos que permiten sobrevivir a las familias; es decir, el comportamiento social de ciertos grupos frente a una realidad social hostil, aquellos que no logran una inserción estable en la estructura productiva nacional.

En efecto, a nivel de trabajos empíricos, las estrategias de supervivencia están referida a ciertos grupos socioeconómicos y supervivencia en determinados periodos de tiempos. Valga aclarar que el concepto de estrategia de supervivencia ha sido usado ampliamente en la literatura sociodemográfica y se describe como un arquetipo de acciones sociales asumidas relacionado con los “esfuerzos económicos y ocupacionales” Salvia (2000).

Asimismo, las estrategias de supervivencia son conceptuadas en tipos de gran competencia y velocidad como los que se viven, expresa Scipion (2015), mientras, para muchos representa una de las alternativas más sensatas para inventarse un trabajo nuevo, valiéndose de las posibilidades que brinda Internet.

Durante los últimos años, los mercados han logrado expandirse en todo el mundo a través de las llamadas “empresas online”, entidades que ofertan sus productos y servicios, es decir, realizan sus actividades económicas exclusivamente por Internet. De hecho, esta nueva modalidad de organización es una aclimatación a la revolución tecnológica en las comunicaciones y la información que, además, da respuesta a necesidades de la sociedad.

Tipos de estrategias de supervivencia y estabilidad

Las estrategias están asociadas a diferentes propósitos y arquetipos, por ejemplo, ciclo de vida, comercialización, situación de riesgo o crisis, entre otras.

Así, las estrategias de ciclo de vida se despliegan en: de saneamiento (fase inicial de la empresa), de cosecha (la empresa se encuentra en un estado avanzado de su fase de madurez o estabilidad), de desinversión (final de la fase de madurez o incluso en el inicio de la fase de declive, baja la tasa de inversión) y de liquidación (fase de declive o crisis).

Por su parte, las estrategias de comercialización o marketing contienen métodos o formas de comercialización y/o estrategias de mercadeo. Ellas se despliegan a través de competencias de producto, de mercado, de precio, de distribución, de comunicación y de comercialización.

Mientras, en lo referido a las estrategias de situación de riesgo o crisis, es decir, cuando hay una situación grave y decisiva que pone en peligro los beneficios o se avecina una interrupción permanente en la actividad habitual de la empresa, se establecen estrategias asociadas a acciones de refuerzo, de re-despliegue y/o de acción política.

Son varias las acciones, pero en general, las estrategias digitales están ganando importancia. Al fin y al cabo, las ventas y la comunicación por Internet favorecen la ubicuidad, reaccionar a las nuevas circunstancias en tiempo real, centrarse en el público objetivo adecuado y probar diferentes enfoques de marketing.

Aunque, cada variante estratégica, muestra perspectivas diferentes, existen, entre ellas puntos comunes que determinan las necesarias acciones a ejecutar.

La consultoría

La consultoría es un servicio profesional de gran utilidad para la organización y los principales directivos que ayudaran a resolver problemas. Mediante una disciplina, un especialista o experto en un área concreta va ofrecer la empresa que ha contratado sus servicios su servicio profesional. De este modo, ayuda ante una problemática específica, ofreciendo una solución a la empresa para superarlo.

De hecho, la consultoría empresarial es una asesoría organizacional en ámbitos de gestión, que permite mejorar la eficiencia y competitividad de la compañía, por medio de la implementación de mejores prácticas y sistemas de trabajo.

Las organizaciones son cambiantes y atraviesan por diferentes situaciones en las que necesitan una mirada exterior sobre sus procesos, para así analizarlos objetivamente, realizar un diagnóstico e implementar mejoras.

En este sentido, las consultorías empresariales ofrecen esa posibilidad; evaluar una organización, recabar antecedentes, observarlas y proponer medidas para superar sus deficiencias.

Servicios que presta una consultora

1. Asesoramiento legal.
2. Estudios de mercado.
3. Informes de clientes.
4. Compras y subcontratación.
5. Planes de internacionalización globales.
6. Listados de clientes y distribuidores.
7. Puesta en marcha de redes comerciales.
8. Selección de personal.
9. Apoyo a gestiones comerciales.
10. Organización y gestión de ferias y eventos.
11. Campañas de comunicación.
12. Implantación comercial y productiva.
13. Traductores y personal de apoyo

En definitiva, una consultoría puede ayudar a mejorar el negocio de la empresa que contrata sus servicios en muchos aspectos. Su objetivo principal es ayudar a resolver los obstáculos que impiden desarrollar su negocio y mejorar en su sector. Por tanto, aporta las herramientas y recursos necesarios para cumplir con todos sus objetivos minimizando los costes y los riesgos de inversión.

Implementación de una consultoría empresarial

Para implementar una consultoría empresarial es necesario contar con toda la información relevante y relacionada con el ámbito que se desea intervenir. Por ejemplo, si existe un problema financiero-contable, será necesario contratar una auditoría y dicho servicio requerirá de balances, estados financieros históricos, documentación tributaria, contratos y documentos legales para acreditar los ingresos y egresos efectuados durante un periodo.

Podría darse el caso de que la auditoría necesite, además, contar con testimonios de personas involucradas con dichos procesos, para saber cómo son sus flujos de trabajo, tiempos que toman en hacer las tareas, clima laboral, entre otras cosas, por lo que la colaboración de parte de la empresa durante un proceso de consultoría es vital.

Resultados de la consultoría empresarial

Luego de hacer el levantamiento de información, la consultoría presenta un diagnóstico. Este punto es importante, porque si bien, podría suponerse que el problema ya está detectado por la empresa y sólo se necesita abordarlo desde la solución, en realidad debe ser verificado por este agente externo especialista, ya que uno de los grandes obstáculos que tienen las empresas, es precisamente diagnosticar erróneamente el problema.

Acciones

La consultoría presenta un plan de trabajo, acciones, medidas correctivas y mejora en procedimientos, que la empresa debe implementar si desea salir del mal escenario.

Algunas consultorías acompañan el proceso de implementación de acciones y otras llegan hasta la etapa de diagnóstico. Dependerá de lo que la empresa requiera.

La consultoría empresarial es un ejercicio de mejoramiento continuo que busca la excelencia en los procesos y servicios. Permite innovar y modernizar las áreas funcionales y estar a la vanguardia de lo que el mercado exige.

¿Qué son las empresas online?

Durante los últimos años, los mercados han logrado expandirse en todo el mundo a través de las llamadas “empresas online”. Entiéndase como tal aquellas entidades que ofertan sus productos y servicios, es decir, realizan sus actividades económicas exclusivamente por Internet. De hecho, esta nueva modalidad de empresas representa una aclimatación a la revolución tecnológica en las comunicaciones y la información que, además, da respuesta a necesidades de la sociedad.

Por lo demás, es válido hacer hincapié en que cada vez se expanden más, siendo la infraestructura de telecomunicaciones una herramienta fundamental en éste proceso que reemplaza a las tradicionales formas de ventas. Referenciando someramente su manera distinta de hacer, destaca la posibilidad de llegar a más público, competir con mayores oportunidades y establecer una comunidad de usuarios en torno a tu marca y el feedback que te pueda esta dar. Por eso, definitivamente, las empresas online llegaron para quedarse.

La empresa online, como cualquier otro tipo de entidad económica, debe elaborar una estrategia de supervivencia de acuerdo al ciclo de vida, comercialización, situación de riesgo o crisis, entre otras.

Una estrategia de marketing online define un plan, un diseño y la manera en la que se van a llevar a cabo las diferentes campañas y acciones con la intención de cumplir un objetivo. Son, por lo tanto, la clave del éxito. Son capaces de saber hacia dónde las firmas deben dirigir sus negocios y contribuir a resolver los dilemas que enfrentan las empresas online al recomendar una estrategia de supervivencia adecuada.

Las consultorías como empresas online

Este modelo de negocio resulta de convertir una empresa consultora en una empresa que realiza sus actividades económicas exclusivamente por Internet. La misma se emprende a partir de montar un blog y su primer paso es desarrollar una relación de confianza, tratar de captar clientes, confeccionar un directorio de e-mails para identificar a las personas más interesadas en tus temas, y, finalmente, utilizar dicha lista de correo la cual se utiliza para hacerles llegar ofertas de sus productos o servicios a potenciales y clientes. Más tarde, en función de las necesidades del cliente,

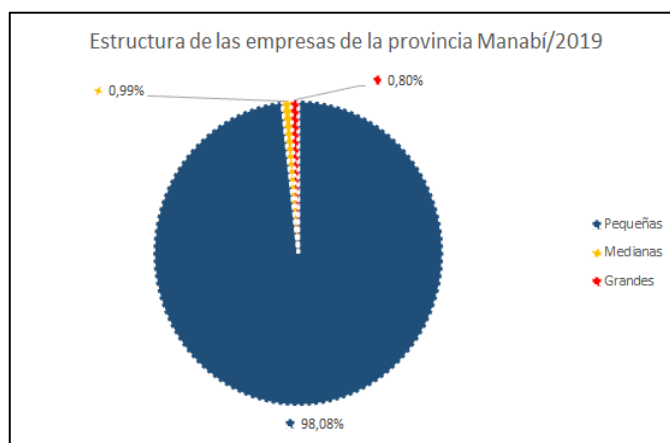
brindara los distintos servicios; teniendo en cuenta que cada sector de negocio tiene sus particularidades.

Empresas online en el cantón Portoviejo: estrategias de supervivencias

Empresas en el cantón Portoviejo

A continuación, la tabla muestra la estructura de las empresas de la provincia Manabí según su tamaño, a propósito, como se puede apreciar, es elevado el componente Pymes dentro del total de las entidades.

Gráfica 2: Estructura de las empresas de la provincia de Manabí/2019



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadística y Censos-INEC/2019.

Por su parte, el cantón Portoviejo, caso de este estudio, el cual se incorpora a la provincia Manabí, concentra junto a Manta, el mayor número de empresas de la provincia con el 48%, del total de Pymes (INEC, 2017).

En los años recientes, de la mano del momento económico, dado el interés de las firmas del exterior en entrar al mercado nacional, de empresas locales por ampliar sus fronteras, y por supuesto, de los emprendedores que quieren iniciar un negocio propio, se experimenta un importante incremento en la práctica de la consultoría y asesoría en el país; del mismo modo, que el mercado sigue creciendo. Evidentemente, la presencia y expansión de las empresas de capacitación y

consultoría significan un paso importante hacia la mejora de la eficiencia, el rendimiento y optimización de los recursos de las pequeñas y medianas empresas.

Las consultorías online en el cantón Portoviejo

En el cantón Portoviejo, la posibilidad de inversión directa, los tratados de comercio y los emprendimientos innovadores son actualmente parte del ambiente de negocios común. Ello atrae oportunidades para los servicios de consultoría y asesoría porque las empresas establecidas y las que recién comienzan sienten la necesidad de respaldarse en más conocimiento para penetrar nuevos mercados, abrir nuevas líneas de negocio y adaptarse a los cambios. Esto se refleja en todo tipo de consultoría; desde el análisis de coyuntura, hasta el cambio completo de la imagen corporativa.

En el cantón de Portoviejo el servicio de consultoría se identifica básicamente con las empresas Acolit S.A y Funitame S.A. Ellas se dedican a la consultoría en la actividad de la construcción de manera virtual ha logrado sobrevivir a los actuales momentos aplicando medidas como introducir elementos innovadores enfocado en la forma de hacer publicidad virtual para su empresa.

Encuestas

Con el objeto de ganar conocimientos más precisos acerca del tema en estudio y obtener resultados para el diagnóstico se aplicaron encuestas (Ver Anexo). Así. Se utilizó como instrumento de medición un cuestionario cualitativo y cuantitativo con categorías en escala de Likert. Según reconoce Franklin (2013) este maneja un tipo de escala de medición unidireccional, la cual consiste en la presentación de una serie de juicios al encuestado, los niveles se solicitan en términos de acuerdo o desacuerdo con la pregunta o sentencia.

Este tipo de escala se centra en que las variaciones de respuestas se darán por las diferencias individuales existentes. Afirma Sampieri (2006), que la validez para recopilar la información es el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende calcular. En consecuencia, se logró mediante el instrumento utilizado para la recopilación, realizar el altamente reflexivo de las variables involucradas en la presente investigación.

A la par, en la empresa online del cantón Portoviejo, se incluyeron a los actores de la indagación, con el fin de que sean parte activa de la información exclusiva y descriptiva detallando los enfoques conceptuales necesarios para alcanzar las metas deseadas.

Igualmente, Loor Cedeño & Ormaza (2017) opinan que el análisis estadístico tiene por fundamento los datos proporcionado por un formulario de encuesta dirigido tanto a los altos funcionarios como al resto del talento humano de las empresas online, de eco, en la presente investigación se realiza las encuestas a los estratos que en su conjunto son los colaboradores de las empresas Acolit S.A y Fumitame S.A.

Descripción del proceso

La población o universo de este estudio estuvo conformado por las 22 empresas online, clientes de la empresa consultora Acolit S.A. y las 15 empresas online, clientes de la empresa consultora Fumitame S.A., ubicadas en el cantón Portoviejo, según los datos aportados por la Superintendencia de Compañías. Como ambas poblaciones son pequeñas, no fue necesario aplicar una fórmula para obtener una muestra, sino que se utilizó como muestra la población total, pues de no hacerlo así, esta no sería representativa y no se obtendría la información que el caso requiere. Una vez recopilada toda la información de campo, a través de fuentes primarias: entrevistas a los gerentes de las empresas consultoras y encuestas a los emprendedores dueños de empresas online empresas Acolit S.A y Fumitame S.A. Se adecuó su relacionamiento con la parte teórica compilada para el estudio, se procedió a ordenarla, tabularla, luego se hizo el respectivo análisis para poder elaborar conclusiones.

En los gráficos adjunto se presentan los datos que corresponden a la información general obtenida de la encuesta realizada a los colaboradores de las empresas online de la ciudad de Portoviejo, en estudio

Los resultados revelan que las investigaciones pueden guiar para realizar una campaña de mercadotecnia dirigida a un grupo específico de clientes potenciales online empresas Acolit S.A y Fumitame S.A. El diseño del material promocional y el uso eficiente de técnicas de mercadotecnia requieren apoyo profesional, recurrir a expertos, para que la siguiente vez alcance a su grupo objetivo con mayor precisión.

Resultados del estudio

Los clientes de las empresas estudiadas tienen prioridades diferentes en las áreas de asesoría, así en el caso de la consultora Acolit S.A sus clientes suelen necesitar asesoría legal, en primer lugar, en segundo lugar, asesoría administrativa y, en tercer lugar, asesoría en el área financiera.

Mientras que en los clientes de la consultora Fumitame S.A, el reclamo varia, primero buscan asesoría en el área administrativa, después, en el área legal y, por último, en el área financiera.

Los clientes de la consultora Acolit S.A suelen requerir asesoría profesional dependiendo de sus necesidades, a veces, mayoritariamente, otras, casi siempre en un porcentaje significativo, aunque, también y siempre en un porcentaje mínimo.

Para la consultora Fumitame S.A sus clientes requieren asesoría de esta forma: casi siempre mayoritariamente, a veces un porcentaje también significativo y siempre en un porcentaje mínimo.

Los clientes de la consultora Acolit S.A en un porcentaje grande consideran que a veces la asesoría y sus resultados les han sido claros y útiles en forma rápida, otro porcentaje también grande consideran que esta asesoría y sus resultados casi siempre les ha dado resultado rápidamente y un porcentaje muy pequeño dijeron que siempre la asesoría ha sido clara y útil en forma rápida.

Para la empresa Fumitame S.A, los clientes en forma mayoritaria dijeron que casi siempre ha sido útil y entendible en forma rápida la asesoría recibida, otro porcentaje también grande consideran que a veces les ha sido útil y entendible en forma rápida la asesoría recibida y otro porcentaje pequeño consideran que siempre les ha sido útil y entendible rápidamente esta asesoría.

Según la consultora Acolit S.A, sus clientes consideran que el aprendizaje que queda es la mayor ventaja de recibir asesoría, la experiencia en el campo de la asesoría en segundo plano, y la objetividad y la especialización de la asesoría en tercer lugar.

Para los gerentes dueños de empresas online y clientes de la consultora Fumitame S.A consideran que el aprendizaje que queda es la mayor ventaja de este tipo de servicio, la experiencia en la asesoría en segundo lugar de ventaja y la especialización en la asesoría como tercer lugar en ventaja de utilizar este servicio.

Entre las estrategias de supervivencia resultado de la encuesta se encuentran:

- Elaboración de estudios de mercado.

- Estrategia basada en la diferenciación de producto, escalas y ciclos de ventas
- Determinación del cliente potencial Estrategia de inversión en publicidad.
- Incremento en inversión en investigación y desarrollo.
- Traslado de ventas offline al comercio online.
- Trabajar en el aumento de la cuota de mercado (Elaboración de un Plan de Marketing online).

Conclusiones

La consultoría es un servicio profesional de gran utilidad para las empresas y sus directivos dado que ayudaran a resolver sus principales problemas. Mediante una disciplina un especialista o experto en un área concreta le ofrecerá un servicio profesional a la empresa que ha contratado sus servicios. De este modo, le ayudará ante una problemática ofreciendo una solución para superarlo. Su papel se acrecienta en tiempos de crisis, como el que se vive actualmente.

Las empresas online representan una respuesta a la revolución tecnológica en las comunicaciones y la información, ellas se han alineado al objetivo empresarial, lo cual ha permitido valorar la posibilidad de gestionar el comercio con un software de terminal de punto de venta para de esta forma obtener un sistema más preciso de atención al cliente, además de optimizar la gestión de stock y pedidos y control de márgenes y precios. Ellas representan una suerte de solución en la época de crisis que se vive; pero no son un recurso coyuntural, sino que llegaron para quedarse como una necesidad de la sociedad.

Las empresas consultoras online poseen una triple importancia: i) al brindar un servicio imprescindible, sobre para todo para las pequeñas y medianas empresas, ii) al hacerlo por internet, con lo que, a pesar de la crisis, puede mantenerse operando y, iii) ser ejemplo de la aplicación de las nuevas tecnologías al mundo empresarial.

En Portoviejo las empresas consultoras online Acolit S.A y Fumitame S.A. se caracterizan por diferenciarse en el servicio que prestan en cuanto a sus prioridades en las áreas de asesoría y; aunque, en sus propuestas presentan rasgos disímiles, estos son valiosos y de calidad. Sus clientes reconocen que la mayor ventaja de recibir asesoría es el aprendizaje que les queda, asimismo, las califican como exitosas en el desempeño de su actividad

Anexo

Encuesta a los empleados de la empresa consultora Acolit S.A

Como es de su conocimiento la empresa tiene que adaptarse a los nuevos cambios que enfrenta ante la situación actual se desea conocer, según su experiencia laboral, como la empresa se ha mantenido vigente a pesar de las circunstancias externas adversas que se le ha presentado.

1.- Como se ha visto afectado su servicios en época de pandemia? Marque con x la respuesta

Bastante Regular Poco Nada

2.-Cuál de estas estrategias utilizaron para lograr mantenerse en el mercado laboral. Pueden elegir una o varias opciones según corresponda? Marque con x.

Evolución tecnológica

Normas de seguridad

Nuevas formas de innovar

Estableciendo ventajas frente a la competencia

Capital para inversión

Control de los canales de distribución en la comercialización.

Marketing online

3.- Tienen la empresa algún sistema de previsión antes situaciones que se puedan presentar tanto interna como externamente y puedan afectar su condición laboral? Marque con x la respuesta

Si No

4.- La empresa posee capacidad para adaptarse rápidamente a las modificaciones del medio ambiente? Marque con x la respuesta

Si No

5.- Conoce usted la misión y visión de la empresa? Marque con x la respuesta

Si No

6.- Sabe usted cual es la estructura funcional de la empresa? Marque con x la respuesta

Si No

7.- Sabe cuántos departamentos funcionales administrativos existen en la empresa? Marque con x la respuesta

1 a 2

2 a 3

3 a más

No sabe

8.- Sabe usted la función de cada uno de sus compañeros de trabajo? Marque con x la respuesta

Si No

9.- Cree usted que la empresa construcciones XXXX es conocida en el mercado de la construcción? Marque con x la respuesta

Si No

10.- Investigan la empresa sus competencias y las necesidades de los clientes hacia la empresa? Marque con x la respuesta

Si No

11.- De factores de supervivencia para una empresa los siguientes ¿cuál considera más importantes en los condiciones actuales? Marque con x la respuesta

El producto

El mercado

La competencia

El capital

El personal

La tecnología

Por qué -----

Referencias

1. Arango, L. (2013): Comercio electrónico: los riesgos que enfrenta América Latina para su masificación. 1ª edición. Bastos editores.
2. Arce B, L. (2007): La supervivencia como arma estratégica en mercados turbulentos perspectivas, núm. 19, enero-junio, pp. 61-73 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia.
3. Alarcón, V. Barona, V. Bonilla, J. Rumiaguano, K. (2015): Principales aplicaciones, ventajas y desventajas del comercio electrónico. 1ª edición. Técnica y Tecnología editores. 2015.
4. Antonorsi, M (2013): Tipos, modalidades de trabajo y otras consideraciones sobre la actividad de consultoría. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a91v12n01/91120130.html#inicio>
5. Carrasco, C (2014): Fases del desarrollo de una empresa. Recuperado de: <https://administraciongeneral7.wordpress.com/2011/07/18/fases-del-desarrollo-de-una-empresa/>
6. Díaz, J (2015): Etapas en la creación de una empresa. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/etapas-en-la-creacion-de-una-empresa/>
7. Duque, J. y Pastrana, E. (1973): Las estrategias de supervivencia de las unidades familiares del sector popular urbano: un a investigación exploratoria” ELAS/CELADE, Santiago de Chile.
8. Fleitman, J. (2016). “Consultoría profesional. Definición, características e importancia”. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/consultoria-profesional-definicion-caracteristicas-importancia/>

9. Frías, A., Guzmán, C. y Marcos, R. (2015): Implementación de una empresa de consultoría de sistemas integrados de gestión de seguridad, salud, medio ambiente y calidad. 1ª edición. Editorial Ciencias Aplicadas.
10. Garber, B. (2015): Técnicas didácticas, metodología y desarrollo empresarial Recuperado (2016)
11. Garzón, M. (2015): El desarrollo organizacional y el cambio planeado”. Investigación. Universidad del Rosario.
12. Mateo, B. (2015): Estudio del comercio electrónico como estrategia de negocios dentro de las empresas que brindan servicios”. Investigación. Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
13. Merchán, G. Nivicela, J. (2013): La creación de una empresa consultora especializada en marketing”. 2ª edición. Editorial ESIC.
14. Ortiz, A. (2013): Creación de empresas de servicios virtuales”. 1ª edición. Las Américas Editores.
15. Pachano, J. (2013): Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet”. 1ª edición. Andes Editorial.
16. Pérez, V. (2016): Comercio electrónico como una estrategia de negocios”. Investigación. Instituto Politécnico Nacional de México.
17. Porter, M. (2011): ¿Qué es la estrategia? Harvard Business Review, diciembre 2011. hbrl.com
18. Ribeiro, D. (2014): Asesoramiento en dirección de empresas: la consultoría”. 1ª edición. Ediciones Díaz de Santos.
19. Revista Pyme (2017). “Mercadotecnia para empresas Online”. Recuperado de: <http://revistapyme.com/2017/05/20/mercadotecnia-pyme/>
20. Salvia, Agustín (2000). Condiciones de vida y estrategias económicas de los hogares bajo los cambios estructurales. En Cuadernos del CEPED N°4. www.aacademica.org.
21. Sanders, S (2014). “Funciones de los consultores profesionales empresariales”. Recuperado de: <http://www.startap.com/funciones-de-los-consultores-profesionales-empresariales/>

22. Scipion, F. (2015). La guía definitiva para crear una empresa en Internet sin un duro en el bolsillo. Libro. Recuperado de: <https://www.lifestylealcuadrado.com/crear-una-empresa/>
23. Thode, M. (2014). “Aplicaciones para ecommerce o comercio electrónico”. Libro. Recuperado de: <http://www.cursodirecto.com/blog/aplicaciones-ecommerce-comercioelectronico>

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).