



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
EXTENSIÓN LA MANÁ

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR
LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LA DISTRIBUIDORA
ROSERO CANTÓN QUEVEDO.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas.

AUTORA:

Vargas Maigua Shirley Estefanía

TUTORA:

Ing. Pazmiño Cano Gloria Evelina Msc.

LA MANÁ-ECUADOR
AGOSTO-2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Vargas Maigua Shirley Estefania, con cédula de ciudadanía No. 0504313479 declaro / ser autor del presente **PROYECTO DE INVESTIGACION "DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LA DISTRIBUIDORA ROSERO CANTÓN QUEVEDO"** siendo la MSc. Gloria Evelina Pazmiño Cano, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

La Maná, 24 julio del 2025


Shirley Estefania Vargas Maigua
C.C:0504313479

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LA DISTRIBUIDORA ROSERO CANTÓN QUEVEDO”, de Vargas Maigua Shirley Estefania de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

La Mana, 04 de agosto de 2025



Msc. Gloria Evelina Pazmiño Cano

C.C.: 1205568239

TUTORA

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Proyecto de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, la postulante: Vargas Maigua Shirley Estefanía con el título del Proyecto de Investigación "**DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LA DISTRIBUIDORA ROSERO CANTÓN QUEVEDO**", ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

La Maná, 31 de julio del 2025

Para constancia firman:



MSc. Enry Gutember Medina López

C.C: 0501134514

LECTOR 1(PRESIDENTE)



MBA. Patricio David Reyes Cevallos

C.C: 0502414964

LECTOR 2(MIENBRO)



MBA. Eduardo Fabrício Cabrera Toscano

C.C:1712317195

LECTOR 3(MIENBRO)

AGRADECIMIENTO

-A Dios por mostrarme y enseñarme la fortaleza para seguir adelante y por su cuidado día a día.

-A mis ingenieros y tutora por enseñarme a impartir conocimientos que me ha sido de gran ayuda para el desarrollo de este trabajo y formación profesional.

-A mis padres eh esposo por su apoyo incondicional en todo momento.

Estefania

DEDICATORIA

- A mis padres por inculcarme valores que me ah ayudado a crecer como persona y profesionalmente por su apoyo y su amor infinito.

-A mi hermano por ser mi guía, por enseñarme a ser perseverante y a motivarme constantemente para alcanzar mis anhelos.

-A mi querido esposo por crecer en mi capacidad su cariño, amor y su apoyo emocional y mi amado hijo por ser el motor de mi vida.

Estefania

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

EXTENSIÓN LA MANÁ

TITULO: “DISEÑO DE ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA MEJORAR LOS RESULTADOS EMPRESARIALES DE LA DISTRIBUIDORA ROSERO CANTÓN QUEVEDO”

Autora:

Vargas Maigua Shirley Estefania

RESUMEN

El presente informe de investigación tuvo el objetivo general, diseñar Estrategias Administrativas para mejorar los resultados empresariales de la Distribuidora Rosero Cantón Quevedo. Para ello la metodología utilizada es de tipo descriptivo, no experimental, de corte transversal, debido a que no se manipula las variables de estudio y la toma de los datos se realizó una sola vez en el tiempo, los tipos de investigación fueron, descriptiva, bibliográfica y de campo, con las cuales se armó el marco teórico, se describió la problemática y se realizó la recolección de los datos. Entre los métodos de análisis de información se tiene el método deductivo, método analítico, sintético y estadístico para la realización de los datos cuantitativos. Las técnicas utilizadas fueron entrevista al gerente, encuesta a los empleados para conocer la situación de la empresa, además de utilizar el análisis FODA y PESTEL. En este proyecto investigativo se realizó una investigación de campo y se procederá a utilizar métodos de investigación: descriptivos así también será necesario aplicar técnicas tales como: Entrevistas al representante legal de la empresa y encuestas a todos los elementos que constituyan la muestra que son todos los trabajadores que habitan en la empresa y la Gerencia para medir el grado de deficiencia que existe en el área; así también, identificar los procesos aplicados en la actualidad y quien o quienes realizan estas funciones.

Palabras clave: estrategias administrativas, optimización operativa.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

EXTENSION LA MANA

THEME: “DESING OF ADMINISTRATIVE STRATEGIES TO IMPROVE THE BUSINESS RESULTS OF THE ROSERO CANTON QUEVEDO DISTRIBUTOR”

Author:
Vargas Maigua Shirley Estefania

ABSTRACT

The overall objective of this research report was to design administrative strategies to improve the business results of the Rosero Cantón Quevedo Distributor. The methodology used was descriptive, non-experimental, and cross-sectional. This methodology was implemented because the study variables were not manipulated and data collection was conducted only once. The research methods used were descriptive, bibliographic, and field research. These researches were used to construct a theoretical framework, describe the problem, and collect data. Data analysis methods included deductive, analytical, synthetic, and statistical methods for collecting quantitative data. The techniques used included interviews with the manager and employee surveys to understand the company's situation, as well as SWOT and PESTEL analyses. This research project conducted field research and will utilize descriptive research methods. It will also be necessary to apply techniques such as interviews with the company's legal representative and surveys of all the sample members, which are all employees living in the company and management, to measure the degree of inadequacy in the area. It will also identify the processes currently in place and who performs these functions.

Keywords: administrative strategies, operational optimization.

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
1. INFORMACIÓN GENERAL:	1
2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	1
3. JUSTIFICACIÓN.....	2
4. BENEFICIARIOS	4
4.1. Beneficiarios Directos	4
4.2. Beneficiarios Indirectos:.....	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
5.1. Contexto Macro	5
5.2. Contexto Meso.....	5
5.3. Contexto Micro.....	6
5.4. Formulación del problema.....	7
6. OBJETIVOS:	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS:.....	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	9
8.2.2. Variable Independiente. Estrategias Administrativas.....	11
8.2.2.1. Definición e importancia	11
8.2.2.2. Componentes de las Estrategias Administrativas.....	12
8.2.2.3. Importancia de la planeación estratégica.....	12
8.2.2.5. Proceso de planificación estratégica.....	13
8.2.8. Organización.....	18
8.2.9. Dirección y Liderazgo	19
8.2.10. Teorías de Motivación	20
8.2.11. Control y Evaluación	21
8.2.12. Tipos de Estrategias Administrativas	23
8.2.13. Importancia de las Estrategias Corporativas	25
8.2.14. Tipos de Estrategias Corporativas	25
8.2.15. Estrategias Competitivas	27
8.2.16. Importancia de las Estrategias Competitivas.....	27

8.2.17.	Tipos de Estrategias Competitivas	28
8.2.18.	Estrategias Funcionales	28
8.2.19.	Estrategias de Marketing	29
8.2.20.	Estrategias Financieras	30
8.2.21.	Estrategias de Recursos Humanos (RRHH)	30
8.2.22.	Estrategias de Operaciones.....	30
8.2.23.	Estrategias de Tecnología de la Información (TI).....	30
8.2.25.	Importancia de los Indicadores de Resultados Empresariales.....	33
8.2.26.	Operacionales	33
8.2.27.	De Mercado	34
8.2.28.	Factores que Influyen en los Resultados Empresariales.....	35
8.2.29.	Impacto de las Estrategias Administrativas en los Resultados Empresariales ..	38
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS	39
10.1.	Enfoque.....	41
10.1.1.	Enfoque mixto.	41
10.2.	Diseño.....	41
10.3.	Tipos de investigación	41
10.3.1.	Investigación bibliográfica documental.....	41
10.3.2.	Investigación descriptiva	41
10.3.3.	Investigación de campo	41
10.4.	Métodos de investigación	42
10.4.1.	Método deductivo	42
10.4.2.	Método analítico	42
10.4.3.	Método sintético	42
10.4.4.	Método estadístico.....	42
10.5.	Población y muestra	42
10.5.1.	Población	42
10.5.2.	Muestra	43
10.6.	Técnicas de recolección de información	43
10.6.1.	Encuesta.....	43
10.6.2.	Entrevista.....	43
10.6.3.	Instrumentos	43
11.	ANÀLISIS DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	44

11.1. Tabulación de los datos de la encuesta aplicada a los empleados.....	44
11.21. Análisis de la entrevista aplicada al gerente.....	55
12.7. Contenido del Plan de Capacitación.....	60
13. IMPACTOS.....	63
Impacto social.....	63
Impacto ambiental.....	63
15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
16. BIBLIOGRAFIA	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios del proyecto de investigación.....	4
Tabla 2 Actividades y sistema de tareas.....	8
Tabla 3 ¿Cómo calificarla el ambiente laboral en la empresa?.....	44
Tabla 4 ¿Se siente valorada (o) por la empresa?.....	45
Tabla 5 Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva?.....	46
Tabla 6 ¿Recibe suficiente información sobre decisiones importantes de la empresa?.....	47
Tabla 7 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación en el último año?.....	48
Tabla 8 ¿Considera que la capacitación es útil para mejorar su desempeño profesional?.....	49
Tabla 9 ¿Se le comunica objetivos claros y medibles en su trabajo?.....	50
Tabla 10 ¿Recibe retroalimentación periódica sobre su desempeño?.....	51
Tabla 11 ¿Está satisfecho (a) con su salario y beneficio?.....	52
Tabla 12 ¿Cómo califica su equilibrio entre vida personal y trabajo?.....	53
Tabla 13. Cuadro Comparativo Análisis de Preguntas Abiertas de la Encuesta.....	54
Tabla 14. Cuadro Comparativo Análisis de Respuestas Gestión Administrativa de Empresa.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cómo calificarla el ambiente laboral en la empresa?	44
Gráfico 2 ¿Se siente valorada (o) por la empresa?	45
Gráfico 3 Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva?	46
Gráfico 4 ¿Recibe suficiente información sobre decisiones importantes de la empresa.....	47
Gráfico 5 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación en el último año?.....	48
Gráfico 6 ¿Considera que la capacitación recibida es útil para mejorar su desempeño profesional?	49
Gráfico 7 ¿Se le comunica objetivos claros y medibles en su trabajo?.....	50
Gráfico 8 ¿Recibe retroalimentación periódica sobre su desempeño?	51
Gráfico 9 ¿Está satisfecho (a) con su salario y beneficio?	52
Gráfico 10 ¿Cómo califica su equilibrio entre vida personal y trabajo?	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Categoría Fundamental	11
Figura 2 Proceso de planificación estratégica	14

1. INFORMACIÓN GENERAL:

Título del Proyecto:	Diseño de Estrategias Administrativas para mejorar los Resultados Empresariales de la “Distribuidora Rosero “del Cantón Quevedo.
Fecha de inicio:	Abril, 2025.
Fecha de finalización:	Agosto, 2025.
Lugar de ejecución:	Centro de Quevedo - Calle octava – Quevedo - Los Ríos
Facultad que auspicia:	Extensión La Maná
Carrera que auspicia:	Administración d Empresas.
Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde):	Gestión administrativa y financiera y su influencia en la rentabilidad del Centro Comercial “Su Economía” en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos, Año 2020
Grupo de investigación:	Vargas Maigua Shirley Estefanía
Equipo de Trabajo:	Estudiante. Vargas Maigua Shirley Estefanía CC:0504313479 Tutor de Titulación: Ing. Gloria Pazmiño CC:
Área de Conocimiento:	Educación Comercial y Administración.
Línea de investigación:	Administración y Economía para el desarrollo sostenible de organizaciones y sociedades
Sub líneas de investigación de la Carrera	Estrategias Administrativas Productividad, Emprendimiento.

2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El presente trabajo titulado, “Diseño de estrategias administrativas para mejorar los resultados empresariales de la distribuidora Rosero” tuvo como objetivo general, diseñar Estrategias Administrativas para mejorar los resultados empresariales de la Distribuidora Rosero Cantón Quevedo. Para ello la metodología utilizada es de tipo descriptivo, no experimental, de corte transversal, debido a que no se manipula las variables de estudio y la toma de los datos se realizó una sola vez en el tiempo, los tipos de investigación fueron, descriptiva, bibliográfica y de campo, con las cuales se armó el marco teórico, se describió la problemática y se realizó la recolección de los datos. Entre los métodos de análisis de información se tiene el método deductivo, método analítico, sintético y estadístico para la realización de los datos cuantitativos. Las técnicas utilizadas fueron entrevista al gerente, encuesta a los empleados para conocer la situación de la empresa, además de utilizar el análisis FODA y PESTEL. En este proyecto investigativo se realizó una investigación de campo y se procederá a utilizar métodos de investigación: descriptivos así también será necesario aplicar técnicas tales como: Entrevistas al representante legal de la empresa y encuestas a todos los elementos que constituyan la muestra que son todos los trabajadores que habitan en la empresa y la Gerencia para medir el grado de deficiencia que existe en el área; así también, identificar los procesos aplicados en la actualidad y quien o quienes realizan estas funciones.

3. JUSTIFICACIÓN

Una estrategia es un componente crucial de la planificación en una empresa, especialmente cuando se trata de optimizar sus recursos. Su propósito es establecer metas financieras claras para la compañía y comunicar estas metas de manera efectiva a todo el personal, asegurando que todos trabajen en conjunto hacia un objetivo común.

La investigación sobre el “Diseño de estrategias administrativas para mejorar los resultados empresariales de la Distribuidora Rosero” se realiza con el objetivo de abordar los desafíos administrativos actuales que enfrenta la empresa y optimizar su desempeño. Las estrategias administrativas adecuadas son esenciales para cualquier organización que busque mejorar su eficiencia operativa, competitividad y rentabilidad. En el caso de la Distribuidora Rosero, esta investigación se justifica por la necesidad de identificar y aplicar tácticas innovadoras que impulsen el crecimiento sostenible y la consolidación en el mercado.

La finalidad de este proyecto es desarrollar estrategias administrativas dirigidas a mejorar los resultados empresariales de la empresa. Estas estrategias estarán orientadas a los objetivos, metas, acciones y políticas necesarias para mejorar la rentabilidad de la Distribuidora Rosero. Conforme a los objetivos planteados, se ha detectado una deficiencia en la gestión operativa. Los resultados de esta investigación permitirán abordar los problemas actuales de la empresa y proponer cambios en los procedimientos vigentes, fomentando la mejora continua de los procesos relacionados con el control interno.

El valor del proyecto radica en proporcionar un conjunto de estrategias administrativas específicamente diseñadas para las necesidades y circunstancias de la Distribuidora Rosero. Estas estrategias incluirán recomendaciones para la optimización de recursos, mejora de procesos internos y fortalecimiento de la toma de decisiones. Además, se espera que el estudio aporte un marco teórico y metodológico que otras empresas del sector puedan adoptar o adaptar según sus contextos particulares.

Los principales beneficiarios de esta investigación serán los directivos y empleados de la distribuidora, quienes obtendrán herramientas y conocimientos para mejorar su desempeño diario y alcanzar mejores resultados empresariales. Otros distribuidores y empresas del sector que enfrenten desafíos similares pueden beneficiarse de las estrategias y conclusiones presentadas en este estudio. Además, los clientes también se beneficiarán, ya que una mejora en la eficiencia y eficacia de la empresa resultará en un mejor servicio y productos de mayor calidad.

El impacto de esta investigación será significativo en la medida en que permitirá a la Distribuidora Rosero alcanzar una mayor competitividad y sostenibilidad en el mercado. La relevancia de este estudio radica en su capacidad para transformar prácticas administrativas obsoletas en estrategias modernas y eficientes, promoviendo así un entorno empresarial más dinámico y adaptable a los cambios del mercado.

La utilidad práctica de esta investigación es amplia y directa. Las estrategias administrativas diseñadas serán aplicables de inmediato en la operación diaria de la distribuidora, contribuyendo a una mejor gestión de recursos, una mayor eficiencia operativa y mejores resultados empresariales.

4. BENEFICIARIOS

Tabla 1. Beneficiarios del proyecto de investigación.

DIRECTOS	Cantidad	INDIRECTOS	Cantidad
Gerente	1	Municipio	1
Empleados	8	Empresa eléctrica	1
Clientes	356	SRI	1
Proveedores	7	Cuerpo de bomberos	1
		Población	177.792
Total	372	Total	177.796

Elaborado: autora de la tesis

4.1. Beneficiarios Directos

Son aquéllos que participarán directamente en el proyecto y, por consiguiente, se beneficiarán de su implementación. Integración entre los miembros de los comerciantes, creando un nivel de acercamiento, unión y lazos de desempeño de capacitación. Las socializaciones de las problemáticas internas fueron mejor sobre elevadas en el ámbito social para una mejor captación de clientes y de interés. Los beneficiarios directos en la distribuidora serían las personas ya que están designadas para percibir algunos beneficios económicos o ciertos derechos, cuando se cumplan una serie de condiciones establecidas con la finalidad de obtener buenos resultados. Lo cual tenemos como beneficiarios directos: al gerente, colaboradores, clientes ya que si tienen un ambiente laboral tranquilo el cliente se sentirá cómodo y se convertirá en un cliente frecuente.

4.2. Beneficiarios Indirectos:

La Sistematización y planificación para mejorar la rentabilidad de los servicios de los beneficiarios de la distribuidora, benefician de manera indirecta a los habitantes del cantón debido a que la identidad de cada emprendimiento está relacionada a elementos destacados de la misma, dando una identidad de procedencia, a más de contar con productos y servicios de calidad dentro de los estándares establecidos. Busca mejorar la rentabilidad de los servicios para los beneficiarios ya que estos ayuden a beneficiar de mejor manera a las personas del

cantón, que ellos puedan contar con un buen servicio y buen producto y está conformado por las instituciones recaudadoras de impuestos como el SRI, Municipio, Empresa eléctrica, así como la población en general la cual según el último censo del INEC (2022) es de 177.792

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

5.1.Contexto Macro

La actividad empresarial a nivel mundial está en constante crecimiento y desarrollo. Las empresas implementan una variedad de modelos, enfoques y estrategias para mantener su competitividad de manera eficiente y eficaz, garantizando la excelencia en cada uno de los procesos y optimizando al máximo los recursos disponibles. Para los administradores y gerentes, el desafío radica en destacarse entre la competencia, lo que requiere la adopción de estrategias innovadoras que contribuyan al manejo sustentable y sostenible de la organización (Mori, 2019).

En el contexto específico de Ecuador, la crisis económica ha tenido un impacto significativo en las empresas. La planificación y el diseño de estrategias empresariales adecuadas son fundamentales para tomar decisiones acertadas y mantener un crecimiento sostenido. Esto implica abordar diversos problemas del entorno, como ajustes políticos, problemas sociales y competencia directa, entre otros, para adaptarse a las condiciones cambiantes y lograr el éxito empresarial a largo plazo (Ortiz et al., 2021).

5.2.Contexto Meso

En la provincia de Los Ríos, muchas empresas, ya sean comerciales, industriales o de servicios, han mostrado deficiencias al tomar decisiones acertadas. La falta de estrategias eficientes y eficaces puede perjudicar su desarrollo, llevando incluso a la pérdida de competitividad en el mercado. En el contexto actual de un mercado globalizado, las empresas están obligadas a buscar nuevas alternativas para ser competitivas y alcanzar sus objetivos. Las PYMES deben desarrollar estrategias adecuadas que combinen las habilidades del administrador con los servicios financieros, optimizando la utilización de los recursos para mejorar su crecimiento (Morán et al., 2020).

En el entorno empresarial actual, es esencial contar con una estrategia que facilite la evaluación

de costos y la determinación de los márgenes de rentabilidad. La contabilidad juega un papel crucial al asegurar que los costos se registren correctamente y se devenguen conforme a sus especificaciones (Guillin et al., 2022). La estrategia debe abordar cómo los ingresos de la empresa deben superar los gastos operativos para alcanzar la rentabilidad. Los presupuestos, que incluyen proyecciones y pronósticos, son un aspecto clave de la planificación y el control estratégico.

Las estrategias administrativas son fundamentales para el funcionamiento eficiente de una empresa. La estrategia competitiva, que consiste en la innovación y el mejoramiento continuo, permite a las empresas posicionarse en el mercado y establecer una ventaja competitiva

5.3.Contexto Micro

Actualmente, la Distribuidora Rosero enfrenta problemas significativos debido a la falta de una planificación estratégica. La ausencia de estrategias administrativas ha originado múltiples inconvenientes en el área organizacional, afectando el desempeño laboral de los colaboradores. La planificación administrativa actual no es adecuada, y las deficiencias son notorias.

No existe capacitación detallada para los colaboradores, lo que incide en el bajo rendimiento y genera retrasos en el horario establecido, además de un desinterés en la realización de ventas. La empresa carece de equipos de oficina y sistemas informáticos para realizar facturas electrónicas, lo cual genera retrasos en la facturación manual, especialmente en épocas festivas.

Existe una gran cantidad de mercancía que no está registrada en inventarios, lo que puede ocasionar graves inconvenientes al momento de realizar ventas y pedidos a los proveedores. La inexistencia de una estructura organizacional y la falta de comunicación entre los compañeros de trabajo ocasiona un bajo desempeño laboral, afectando la fidelidad de los clientes y los ingresos económicos.

La falta de información y práctica del proceso administrativo, como la planeación, el control y la dirección, ha impedido que la organización plantee objetivos claros y desarrolle una visión y misión que la representen en el mercado. Además, el gerente no cumple con los parámetros legales y normativos en el proceso de información, lo cual dificulta la toma de decisiones en momentos de crisis económica.

5.4. Formulación del problema.

¿Cómo diseñar y aplicar estrategias administrativas que optimicen la eficiencia operativa, mejoren la gestión de recursos y aumenten la rentabilidad de la Distribuidora Rosero?

6. OBJETIVOS:

General:

- ✚ Diseñar Estrategias Administrativas para mejorar los resultados empresariales de la Distribuidora Rosero Cantón Quevedo.

Específicos:

- ✚ Realizar un diagnóstico de la empresa, mediante el análisis de su entorno interno, y externo de la distribuidora Rosero Cantón Quevedo
- ✚ Analizar las estrategias administrativas de la distribuidora Rosero Cantón Quevedo, con el fin de evaluar su impacto en el desempeño organizacional y la eficiencia de los procesos operativos y estratégicos.
- ✚ Proponer estrategia administrativa mediante un plan de capacitación, para mejorar los resultados de la distribuidora Rosero del cantón Quevedo.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS:

Tabla 2 Actividades y sistema de tareas

Objetivo Específico	Actividades	Resultado de la actividad	Medios de verificación
Realizar un diagnóstico de la empresa, mediante el análisis de su entorno interno y externo de la distribuidora Rosero Cantón Quevedo	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los procesos operativos y estructuras organizacionales internas. - Estudio de factores externos que impactan en la empresa (mercado, competencia, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe detallado sobre el diagnóstico interno y externo de la empresa. - Informe sobre amenazas y oportunidades en el entorno. 	Análisis Matriz FODA
Analizar las estrategias administrativas de la distribuidora Rosero Cantón Quevedo, con el fin de evaluar su impacto en el desempeño organizacional y la eficiencia de los procesos operativos y estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión y análisis de estrategias administrativas actuales. - Evaluación de la eficiencia de los procesos operativos y estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe sobre el impacto de las estrategias administrativas en el desempeño de la empresa. - Identificación de áreas de mejora en los procesos. 	<p>Encuestas, entrevistas, revisión documental</p> <p>Cuadro comparativo, gráficos de KPIs, análisis estadístico</p> <p>Matriz de brechas, recomendaciones preliminares</p>
Proponer estrategia administrativa mediante un plan de capacitación, para mejorar los resultados de la distribuidora Rosero del	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de plan de capacitación basado en diagnóstico previo. - Propuesta de 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento con propuestas de estrategias administrativas estructuradas. 	Documento de propuesta con objetivos, acciones, cronograma y

cantón Quevedo	estrategias administrativas enfocadas en la mejora de resultados.		responsables.
----------------	---	--	---------------

Elaborado: autora de la tesis

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

8.1. Antecedentes investigativos.

Proyecto 1. Cruz et al. (2021) Diseño de estrategias de motivación laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Caja Sullana S.A, en el distrito de Olmos, 2019

El presente trabajo tiene como objetivo determinar el nivel de motivación laboral en los colaboradores de la empresa Caja Sullana S.A. viendo las necesidades de la empresa se establece que las personas que laboran en ella se debe dar la oportunidad de expresarse verbalmente sobre sus necesidades y preocupaciones para poder ayudar y se sientan escuchados por parte del empleador y así puedan desempeñarse de la mejor manera logrando la productividad. Se utilizó una metodología descriptiva-correlacional. La población estuvo constituida por 30 colaboradores. El instrumento utilizado fue la Escala de Cronbach, Los resultados evidenciaron que el 80% de los colaboradores están conformes con la empresa en diferentes aspectos laborales, por lo que algunos de los colaboradores muestran su compromiso con la empresa y otros que están desconformes por la presión de su jefe que tienen que sobrepasar su meta empresarial establecida, en cuanto a su desarrollo personal, beneficios laborales y remunerativos que recibe, políticas administrativas, relaciones con otros miembros de la organización y relaciones con las autoridades, clientes, condiciones de ambientes y materiales facilitan su tarea y desempeño de tareas frente a su propio trabajo, se ubican en un nivel regular en motivación laboral, demostrando que los trabajadores están direccionados para afrontar y decidir acciones correctas en la solución de los diferentes problemas que encuentra en su trabajo bajo su propia responsabilidad; se observa que la motivación laboral influye en la productividad de cada colaborador. Asimismo, se recomienda realizar charlas y capacitaciones informativas a los trabajadores sobre la importancia que tiene la satisfacción laboral dentro la organización y como éstas influyen en su productividad, dado que el resultado de la actitud y compromiso de cada colaborador se muestra en su trabajo, por lo tanto es importante el desarrollo personal, ofrecer beneficios laborales y remunerativos ya que son herramientas básicas para que nuestros colaboradores se sientan satisfechos en la misma brindando confianza

y compromiso en el desempeño de sus labores.

Proyecto 2. Morán et al. (2021) Diseño organizacional para mejorar el desempeño laboral en la Agencia Vélez Carriel Quevedo

El objetivo elaborar un modelo de diseño organizacional para mejorar el desempeño laboral en la agencia de publicidad Véliz Carriel. Se empleó en la investigación la metodología mixta cualitativa-cuantitativa y permitió a través de los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético tener conocimiento de las herramientas que necesitan, mediante las encuestas realizadas a los empleados y a la clientela conocer información llevar una investigación clara y precisa permitiendo elaborar el diseño organizacional que es la estructura de la empresa con una cadena de mando estableciendo los niveles de subordinación, el manual de funciones, actividades y responsabilidades que se adquieren al momento de obtener un cargo dentro de la agencia publicitaria. Se realizó una proyección estratégica que está compuesta por las políticas, la misión, visión, valores, objetivos, metas, estrategias, que ayudó a mejorar el lado técnico y humano del personal que labora en ella y se mejoró el servicio y atención al cliente, incrementando de esta manera la rentabilidad, ya que el trabajo en equipo y comprometido del personal con la agencia publicitaria se logra mejorar el desempeño laboral en la empresa.

Proyecto 3. Castro et al. (2019) Análisis de percepción sobre estrategias administrativas y el impacto en la productividad laboral

Siendo la productividad la relación entre los resultados alcanzados y los recursos invertidos por la organización, se realiza un análisis de la percepción que tienen los trabajadores sobre estrategias administrativas que utilizan las empresas y su impacto en la productividad laboral. Se aplicó un instrumento para la medición de la productividad laboral vista desde eficacia de las estrategias administrativas a una muestra de 104 trabajadores. Los resultados permitieron concluir que entre las estrategias administrativas que más aportan a la productividad laboral, desde la percepción de los trabajadores están: promover la motivación, promover la satisfacción del trabajador, mantener relaciones de trabajo positivas, manejo de conflictos, y retroalimentación.

Proyecto 4. Herrera-Sánchez, (2021) Estrategias de Gestión Administrativa para el Desarrollo Sostenible de Emprendimientos en La Concordia

El artículo discute la importancia de la gestión administrativa en los emprendimientos y cómo una mala gestión puede afectar negativamente la operación de un negocio, reducir las ganancias

y disminuir la productividad. La gestión administrativa incluye funciones como planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar y se considera la base de una empresa. El artículo también señala que, en Ecuador, aunque existe un alto espíritu emprendedor, muchos emprendimientos tienen una gestión administrativa desordenada debido a la falta de una adecuada planificación. El artículo concluye sugiriendo que los emprendedores necesitan un modelo de gestión administrativa que les permita planificar sus ideas de negocios con base en el conocimiento de la gobernanza y la innovación, para que su negocio pueda convertirse en una microempresa sustentable que estimule la economía del sector empresarial del sector de los emprendimientos del Cantón La Concordia.

8.2.Fundamentación Teórica

8.2.1. Categorías fundamentales.

Figura 1 Categoría Fundamental

o



Elaborado: autora de la tesis

8.2.2. Variable Independiente. Estrategias Administrativas

8.2.2.1. Definición e importancia

Las estrategias administrativas son enfoques sistemáticos y estructurados que las organizaciones utilizan para gestionar sus operaciones, recursos y actividades, con el fin de alcanzar sus objetivos y metas a largo plazo. Estas estrategias implican la formulación y la implementación de planes y políticas que guían la dirección y el desarrollo de la empresa, asegurando que se adapte y responda eficazmente a las dinámicas internas y externas del entorno empresarial (Choco, et al. 2019).

8.2.2.2. Componentes de las Estrategias Administrativas

Proceso administrativo

Los procesos administrativos son instrumentos importantes para un buen direccionamiento de toda empresa permiten el diagnóstico y soluciones a muchas dificultades de la empresa. Los procesos administrativos están constituidos por varios principios, conceptos, conocimientos, técnicas y herramientas que son imperiosos para la obtención de resultados en sociedades contemporáneas (Mendoza, 2021)

Planeación Estratégica

La planificación es el proceso mediante el cual las direcciones estratégicas o las líneas fundamentales de una empresa u organización se definen sistemáticamente y se traducen en instrucciones operativas detalladas, recursos asignados y respuestas, que se reflejan en documentos llamados planes (Castro, et al 2019)

Autores como, Aldave, et al. (2020) definen que “La planificación estratégica implica el proceso de gestión destinado a crear y sostener una orientación estratégica que permita alinear los objetivos y recursos de la organización con las nuevas oportunidades que surjan en el mercado” (p. 86).

Para Gutiérrez et al. (2021) la planeación estratégica se puede definir como un proceso fijo de largo plazo que hace posible definir y alcanzar las metas organizacionales, es una actividad gerencial de alto nivel lógica y realista que enfatiza el análisis externo sin descuidar el interno, como resultado del cual se toman decisiones durante un período de tiempo.

8.2.2.3. Importancia de la planeación estratégica

Para, Plaza, (2019) la planificación estratégica es el proceso de implementar un plan de acción para que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. Por lo tanto, es muy importante, porque en el entorno competitivo es imposible lograr tus objetivos sin un plan claro. En esta misma línea, Sánchez, (2019), deduce que la planificación estratégica se lleva a cabo al grado organizacional, es decir, tiene en cuenta el enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias aparentemente simples y generales que afectan a actividades muy distintas.

Finalmente, Drucker (2021) menciona que la planificación estratégica (o planeamiento) es un

proceso durante el cual se enuncia la visión, misión y valores de la empresa, se analiza la situación externa e interna de la empresa y se establecen metas y estrategias a largo plazo que permitan el logro de los objetivos.

Esto quiere decir que la planificación estratégica requiere de varios elementos para iniciarse, tales como: fijar metas y objetivos, elegir los medios más adecuados para lograrlos (planes y programas), es un proceso que requiere una decisión, es un proceso que anticipa hechos teniendo en cuenta los factores internos y externos predominantes que pueden influir en la situación y el proceso, visualiza el futuro deseado y define de antemano las acciones para alcanzar las metas.

8.2.2.4. Plan estratégico

Según González (2020) un plan estratégico “ayuda a encontrar los mejores lados de una organización porque tiene como objetivo involucrar a las personas en la evaluación de las cosas que hacemos mejor, lo que ayuda a identificar problemas y oportunidades” (p. 70)

El plan estratégico establece la visión a largo plazo de la organización, proporcionando una dirección clara que guía las acciones y decisiones a lo largo del tiempo lo que le da a orientación estratégica que la misma requiere a mediano y largo plazo, así mismo sirve como un marco para la toma de decisiones, asegurando que todas las acciones estén alineadas con los objetivos estratégicos de la organización, por otro lado, también facilita la asignación de recursos de manera eficiente, asegurando que los esfuerzos estén enfocados en áreas prioritarias y estratégicas (Sanchez, 2019).

Siguiendo esta línea, Álvarez, (2019), plantea que el plan estratégico en su desarrollo sienta las bases para el funcionamiento de la empresa de acuerdo al logro de metas futuras, aunque el futuro sea desconocido. En otras palabras, determina qué acciones se deben tomar a nivel corporativo para enfrentar nuevos desafíos y, en última instancia, lograr las metas previamente establecidas.

8.2.2.5. Proceso de planificación estratégica.

A lo largo de su desarrollo, el plan estratégico señala las bases para el funcionamiento de la empresa en la línea de una consecución de objetivos futuros, aun desconociendo cuál será el futuro. En otras palabras, definirá qué acciones tendrán que ser llevadas a cabo a nivel empresarial para poder afrontar los retos que vayan apareciendo y finalmente conseguir los objetivos marcados previamente (Alvarez, 2019).

Figura 2 Proceso de planificación estratégica



Nota: Adaptado de Administración estratégica y política de negocios (Thomas Wheelen)

a) Análisis del entorno

Para poder gestionar o realizar las ideas es necesario contar con un ambiente de trabajo muy bueno la cual tenga la capacidad de adoptar los cambios de manera inmediata. El análisis del entorno está cifrado en identificar las oportunidades que se presentan para la empresa y las amenazas que vislumbran en el futuro. (Jama, 2019)

b) Formulación Estratégica

Se realiza un planteamiento muy específico para lograr los objetivos enfocándose en los principales problemas, dando ideas y planteando normas que se deben cumplir con un compromiso mutuo entre los colaboradores de la empresa.

Implementación de Estrategias

Para este punto se debe cumplir con todo lo planteado así mismo acordando con los colaboradores de la empresa es muy importante realizar todo lo desarrollado en las anteriores fases y adaptarse a las nuevas formas de estratégicas que cuenta la empresa.

c) Evaluación y Control

Las estrategias que se formularon y se implementaron en la empresa deberán ser evaluada y controlada con una buena recurrencia realizando evaluaciones a los trabajadores y conocer cómo se está manejando las nuevas normas llevar el registro de todos los cambios que van generando con el pasar de los días

8.2.3. Elementos de la planeación estratégica

Objetivos y metas estratégicas

Los objetivos estratégicos son declaraciones específicas y cuantificables que una organización

se propone lograr a largo plazo, estos objetivos están diseñados para impulsar el cumplimiento de la misión y la visión de la organización y, a menudo, se alinean con sus valores fundamentales, entre las principales características, deben ser claros y detallados para evitar malentendidos, ser realistas y viables, teniendo en cuenta los recursos y las capacidades de la organización.

Los objetivos representan condiciones futuras que los individuos, grupos u organizaciones buscan alcanzar y deben especificarse en declaraciones escritas y, cuando sea posible, cuantificando los resultados esperados, mientras que las metas efectivas son específicas, alcanzables, medibles, orientadas a los resultados y limitadas en el tiempo (González, 2020).

Las metas estratégicas son los resultados finales o logros específicos que una organización busca alcanzar a largo plazo, son más amplias que los objetivos y a menudo se componen de varios objetivos específicos, por lo que se puede manifestar que son una representación más amplia del éxito que se busca alcanzar y también deben tener un marco de tiempo definido para su logro (Córdov, et al, 2020).

8.2.4. Herramientas y técnicas de planificación

a) Matriz FODA

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones (Torres, 2019).

Según Robles (2020), un elemento esencial al evaluar la situación general de una empresa es examinar sus recursos y capacidades competitivas en términos del grado al que le permiten aprovechar sus mejores oportunidades comerciales y defenderse de amenazas externas a su bienestar futuro.

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. El análisis FODA es un avance al planeamiento que realizan las empresas para lograr una mejor adaptación al ambiente. Este análisis, más cualitativo que cuantitativo, impulsa la generación de ideas con respecto al negocio de la empresa

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, Sarli, et al., (2019) las define de la siguiente manera:

Fortalezas

Son los elementos positivos que los integrantes de la organización perciben, que poseen y que constituyen recursos necesarios y poderosos para alcanzar los objetivos.

Debilidades

Son los elementos, recursos, habilidades, actitudes técnicas que los miembros de la organización sienten que la empresa no tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización y su normal desempeño.

Oportunidades

Son aquellos factores, recursos que los integrantes de la empresa sienten (perciben) que pueden aprovechar o utilizar para hacer posible el logro de los objetivos y son los que deben ser tomados en cuenta por quienes toman decisiones para ser utilizados como herramientas de gestión y así lograr un mejoramiento en la organización.

Amenazas

Se refiere a los factores ambientales externos que los miembros de la empresa sienten que les puede afectar negativamente los cuales pueden ser de tipo político, económico, tecnológico. Son normalmente todos aquellos factores externos de la organización que se encuentran en el medio ambiente mediato y en algunas ocasiones inmediato.

8.2.5. Importancia de la Matriz FODA

Este análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compite. El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en las diferentes funciones o departamentos (unidades de análisis) tales como producto, mercado, empresa, fabricación, divisiones, sucursales, distribución, administración, finanzas y otros (Torres, 2019).

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio, el mismo tiene por finalidad resaltar los aspectos favorables y desfavorables, comparándolos de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno (Valencia, 2020).

8.2.6. Análisis FODA de la Empresa.

FORTALESAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relación con clientes. ✓ Atención personalizada. ✓ Especialización en un nicho. ✓ Relaciones con clientes frecuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento del comercio local ✓ Tendencia de ropa moderna y cómoda. ✓ Eventos locales o ferias ✓ Alianza con otras tiendas pequeñas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca visibilidad frente a tienda más grandes. ✓ Falta de presencia digital. ✓ Dependencia de pocos proveedores. ✓ Capacidad limitada de inventario. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia ✓ Cambios económicos del país. ✓ Clientes más exigentes. ✓ Variación estacional.

Elaborado por: Autora

8.2.7. Análisis

PESTEL de la empresa.

Factor	Impacto para el negocio
Político	Inspecciones, poco apoyo directo, inestabilidad regulatoria
Económico	Inflación, poder adquisitivo bajo, comercio informal competitivo
Social	Nuevas tendencias de moda, diversidad de tallas, compra digital en aumento
Tecnológico	Oportunidad con herramientas gratuitas; riesgo si no se actualiza
Ecológico	Posibles afectaciones por clima; presión por reducir uso de plásticos
Legal	Obligación de formalización y cumplimiento tributario

8.2.8. Organización

La organización desde la perspectiva de la planificación y el proceso administrativo juega un papel fundamental en el logro de los objetivos estratégicos y operativos de una entidad. En este contexto, la organización no solo se refiere a la estructura de la empresa, sino también a cómo se planifican, implementan y controlan las actividades para asegurar el éxito a largo plazo (Moran et al.2020).

El diseño organizacional es el proceso de creación de la estructura y los sistemas que permiten que una organización funcione eficazmente. Esto implica decidir cómo se deben dividir y coordinar las tareas, y cómo deben fluir la información y las responsabilidades dentro de la organización (Gutiérrez et al. 2021), se adapta a la misión, la visión y los objetivos estratégicos de la organización, también ayuda a adaptar la organización a los cambios en el entorno externo, como nuevos competidores o tecnologías emergentes.

La estructura organizacional es la disposición formal de roles, responsabilidades y relaciones de comunicación dentro de la organización. Es la columna vertebral de la organización, que

define cómo se distribuyen las tareas y cómo se coordina el trabajo entre diferentes partes de la organización. Las estructuras organizacionales pueden ser jerárquicas, planas, matriciales, en red, entre otras. Cada tipo de estructura tiene sus ventajas y desventajas y es adecuada para diferentes tipos de organizaciones y estrategias (Loguzzo, 2019).

La asignación de recursos implica la distribución de activos tangibles e intangibles, como dinero, tiempo y talento, para las diversas actividades y proyectos dentro de la organización. Es crucial para la optimización del rendimiento organizacional, ya que una asignación ineficaz puede llevar a la subutilización de recursos o a la incapacidad de alcanzar los objetivos estratégicos. La distribución de responsabilidades, por otro lado, define quién es responsable de qué tareas y resultados, asegurando claridad y responsabilidad en toda la organización. Una clara asignación de responsabilidades evita la duplicación de esfuerzos y mejora la eficiencia y la rendición de cuentas (Chiavenato, 2019).

A través del diseño estructural, la asignación de recursos y el establecimiento de procedimientos, la organización proporciona el marco necesario para la ejecución eficiente de los objetivos de la empresa. Una estructura organizativa bien diseñada no solo facilita la implementación de estrategias, sino que también mejora la comunicación, la adaptabilidad y la responsabilidad dentro de la empresa, lo que es crucial para su éxito a largo plazo (Castro, et al. 2019).

8.2.9. Dirección y Liderazgo

La dirección y el liderazgo son componentes esenciales en la gestión empresarial que afectan directamente el éxito de las organizaciones. Abarcan desde la forma en que los líderes guían a sus equipos hasta cómo se toman las decisiones y se comunica la estrategia (Manchola, 2020).

Los estilos de liderazgo se refieren a las distintas formas en que los líderes influyen, motivan y dirigen a sus equipos. Cada estilo tiene un impacto único en la implementación de la estrategia y la cultura organizacional y entre estos Pautt, (2021) destaca los siguientes:

- a) **Liderazgo Autocrático.** En este estilo, el líder toma decisiones unilaterales y espera una ejecución precisa sin consultas con el equipo. Aunque puede ser eficiente en situaciones de crisis donde se necesita una respuesta rápida, a largo plazo, puede disminuir la motivación y la creatividad de los empleados. Su impacto en la estrategia puede ser positivo en entornos altamente regulados o donde se requiere una precisión

estricta.

- b) Liderazgo Democrático.** Los líderes democráticos fomentan la participación y el intercambio de ideas antes de tomar decisiones. Este estilo puede generar una mayor satisfacción y compromiso entre los empleados, lo que facilita la implementación de estrategias que requieren innovación y colaboración. Sin embargo, puede ralentizar el proceso de toma de decisiones en situaciones que requieren rapidez.
- c) Liderazgo Transformacional.** Este estilo se centra en inspirar y motivar a los empleados para que superen sus propios intereses por el bien de la organización. Los líderes transformacionales son efectivos en la creación de una visión a largo plazo y en la alineación de la estrategia con el desarrollo personal y profesional de los empleados. Esto puede resultar en una mayor adaptabilidad y éxito a largo plazo en la ejecución de la estrategia.
- d) Liderazgo Laissez-Faire.** Los líderes que adoptan este estilo brindan a sus equipos una gran autonomía para tomar decisiones. Esto puede ser beneficioso en entornos creativos o altamente especializados donde los empleados tienen un alto nivel de competencia. Sin embargo, la falta de dirección clara puede llevar a una falta de coherencia en la implementación de la estrategia.

La motivación y la gestión del talento humano son críticas para la efectividad organizacional. Los empleados motivados no solo son más productivos, sino que también están más comprometidos con los objetivos estratégicos de la empresa:

8.2.10. Teorías de Motivación

Diversas teorías, como la de Maslow, Herzberg y McClelland, explican cómo diferentes factores influyen en la motivación de los empleados. Maslow, por ejemplo, habla de una jerarquía de necesidades, desde las básicas hasta la autorrealización. Herzberg distingue entre factores de higiene (que evitan la insatisfacción) y motivadores (que promueven la satisfacción). McClelland se enfoca en la necesidad de logro, poder y afiliación. Comprender estas teorías ayuda a los líderes a diseñar políticas y entornos de trabajo que maximicen la motivación (Masacon, et al. 2021).

Gestión del Talento

La gestión eficaz del talento humano implica identificar, desarrollar y retener a los empleados que son cruciales para el éxito de la organización. Esto incluye programas de desarrollo profesional, evaluación del desempeño y planes de sucesión. Un enfoque estratégico en la

gestión del talento asegura que la organización tenga las habilidades y competencias necesarias para ejecutar su estrategia a largo plazo.

Reconocimiento y Recompensas

Implementar sistemas de reconocimiento y recompensas puede aumentar la motivación al hacer que los empleados se sientan valorados y apreciados. Esto no solo debe incluir compensaciones financieras, sino también reconocimiento público, oportunidades de desarrollo y un ambiente de trabajo positivo.

Comunicación Organizacional

La comunicación efectiva asegura que todos los niveles de la organización comprendan la estrategia, los objetivos y los roles individuales en la consecución de estos objetivos. Una comunicación clara y abierta fomenta la transparencia y la confianza, lo cual es vital para el éxito organizacional. Los canales de comunicación pueden variar desde reuniones cara a cara y correos electrónicos hasta plataformas digitales colaborativas. La clave es adaptar el método de comunicación al mensaje y al público objetivo.

Toma de Decisiones

La toma de decisiones es un proceso crítico que implica seleccionar la mejor alternativa entre varias opciones para alcanzar los objetivos deseados. Las decisiones pueden ser estratégicas, tácticas u operativas y varían en su impacto y alcance. Los líderes deben ser capaces de analizar información compleja, evaluar riesgos y tomar decisiones que alineen los recursos con los objetivos estratégicos.

Participación y Empoderamiento

Involucrar a los empleados en el proceso de toma de decisiones puede mejorar la calidad de las decisiones y aumentar el compromiso y la moral. Esto es particularmente efectivo en estilos de liderazgo democrático y transformacional. El empoderamiento de los empleados no solo mejora la toma de decisiones, sino que también fomenta un sentido de propiedad y responsabilidad hacia los resultados.

8.2.11. Control y Evaluación

El control y la evaluación son componentes fundamentales del proceso administrativo que aseguran que las organizaciones permanezcan en el camino correcto para alcanzar sus objetivos estratégicos. Estos procesos implican establecer sistemas de control y seguimiento, definir y utilizar indicadores clave de desempeño (KPIs) y evaluar y ajustar estrategias según sea necesario (Choco, et al. 2019).

Los sistemas de control y seguimiento de la estrategia son herramientas y procesos que las organizaciones utilizan para monitorear y garantizar que sus actividades y resultados estén alineados con sus objetivos estratégicos.

Estos sistemas desempeñan varios roles críticos en el proceso administrativo entre los que (Madrigal, 2021) destaca los siguientes:

- a) Los sistemas de control comienzan con el establecimiento de estándares claros y específicos que se deben alcanzar. Estos estándares sirven como puntos de referencia contra los cuales se pueden medir los resultados reales. Por ejemplo, en una empresa, estos estándares pueden incluir objetivos de ventas, niveles de calidad, o plazos de proyectos.
- b) Una vez establecidos los estándares, el siguiente paso es medir el rendimiento real. Esto implica recopilar datos de diversas fuentes dentro de la organización para evaluar cómo se están cumpliendo los objetivos. Las herramientas comunes para esto incluyen software de gestión de proyectos, sistemas de información gerencial (MIS), y plataformas de análisis de datos.
- c) Comparar el rendimiento medido con los estándares establecidos permite a la organización identificar desviaciones. Esta comparación puede revelar áreas donde se están logrando o superando los objetivos y áreas que necesitan mejoras.
- d) Si se detectan desviaciones significativas entre los resultados reales y los estándares, se deben tomar acciones correctivas. Estas pueden incluir ajustes en los procesos operativos, reasignación de recursos, o incluso cambios en la estrategia general.
- e) Los sistemas de control efectivos proporcionan una retroalimentación continua, permitiendo a la organización ajustar sus operaciones y estrategias en tiempo real para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

Los Indicadores Clave de Desempeño (KPIs) son métricas específicas que las organizaciones utilizan para evaluar su progreso hacia el logro de sus objetivos estratégicos. Los KPIs son fundamentales para el proceso de control y evaluación, ya que proporcionan datos cuantificables que reflejan el rendimiento de la organización,

La importancia de los KPIs en el proceso administrativo radica en su capacidad para proporcionar una evaluación clara y objetiva del rendimiento de la organización. Permiten a los líderes empresariales identificar rápidamente áreas problemáticas y oportunidades de mejora,

facilitando una toma de decisiones más efectiva y estratégica. La evaluación y ajuste de estrategias es un proceso continuo en el cual las organizaciones revisan y modifican sus estrategias para asegurarse de que sigan siendo efectivas en un entorno en constante cambio (Castro, 2019)

8.2.12. Tipos de Estrategias Administrativas

Estrategias Corporativas

La estrategia corporativa se refiere al conjunto de decisiones y acciones que una organización toma para alcanzar sus objetivos a largo plazo y maximizar su valor. Se enfoca en la gestión de la cartera de negocios de la empresa, incluyendo la asignación de recursos, la diversificación y la expansión en nuevos mercados o sectores. La estrategia corporativa determina el camino general que la empresa seguirá para lograr un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva en el mercado (Guaranda, 2021).

La dirección estratégica implica la articulación de la misión, visión y valores de una organización, así como la definición de los objetivos estratégicos a largo plazo. Este concepto se centra en la identificación y explotación de oportunidades que pueden posicionar a la empresa de manera favorable en su entorno competitivo. La dirección estratégica también considera los riesgos y desafíos potenciales que podrían afectar el logro de los objetivos corporativos (Sellas et al., 2021).

Misión

La misión de una organización define su propósito fundamental y razón de ser en el mercado. Es una declaración que describe de manera clara y concisa qué hace la empresa, a quién sirve y cómo lo hace, actúa como una brújula que guía las decisiones estratégicas y operativas de la empresa, asegurando que todos los esfuerzos y recursos estén alineados con su objetivo central (Fernández, 2022) .

Una misión bien articulada comunica el valor único que la organización ofrece a sus clientes y partes interesadas. Va más allá de una simple descripción de productos o servicios, enfocándose en cómo estos contribuyen a mejorar la vida de sus clientes o resolver problemas específicos. También desempeña un papel crucial en la motivación y el compromiso de los empleados, al proporcionarles un sentido de propósito y dirección clara. Además, la misión es un punto de referencia constante contra el cual se pueden evaluar las iniciativas y proyectos, asegurando

que todos estén alineados con los objetivos centrales de la organización (Contreras-Pacheco, et al. 2021).

Visión

La visión de una organización es una declaración aspiracional que describe lo que la empresa quiere llegar a ser en el futuro. Es una proyección hacia adelante que establece metas ambiciosas y crea una imagen del éxito a largo plazo. La visión sirve como un faro que guía el crecimiento y la evolución de la empresa, inspirando a sus empleados y motivando a las partes interesadas (Fernández, 2022)

A diferencia de la misión, que se centra en el presente y en lo que la empresa hace actualmente, la visión está orientada hacia el futuro. Articula una imagen ideal del estado deseado de la organización, capturando la esencia de lo que aspira a lograr y cómo se verá cuando haya alcanzado sus objetivos más ambiciosos. Por ejemplo, la visión de una empresa de energía renovable podría ser "liderar la transición global hacia un futuro energético sostenible".

La visión es crucial para la planificación estratégica, ya que establece un marco de referencia para definir objetivos a largo plazo y desarrollar planes que impulsen a la organización hacia ese futuro deseado. También juega un papel vital en la creación de una cultura organizacional fuerte, al alinear a todos los miembros de la empresa en torno a un objetivo común y motivador (Contreras, et al. 2021).

Valores

Los valores de una organización son los principios fundamentales y creencias que guían su comportamiento, decisiones y acciones. Son la base ética y moral sobre la cual se construyen las políticas, la cultura y la identidad de la empresa. Los valores reflejan lo que la organización considera importante y cómo espera que sus empleados se comporten en su entorno de trabajo (Fernández, 2022).

Los valores sirven como una guía para la conducta de la organización y sus miembros, influyendo en cómo se toman las decisiones y cómo se interactúa tanto internamente como con el mundo exterior. Por ejemplo, una empresa que valora la integridad y la transparencia se esforzará por ser honesta y abierta en todas sus comunicaciones y prácticas comerciales (Contreras, et al. 2021).

Además de influir en la cultura interna, los valores también desempeñan un papel crucial en la forma en que la empresa se relaciona con sus clientes, socios y la comunidad en general. Los valores como el respeto, la responsabilidad social y la innovación pueden ayudar a construir una reputación positiva y fomentar relaciones sólidas y de confianza.

Los valores son esenciales para la cohesión organizacional. Proporcionan un sentido compartido de identidad y propósito, y ayudan a alinear las acciones y decisiones de todos los empleados con la misión y visión de la empresa. En tiempos de cambio o crisis, los valores pueden servir como un ancla que mantiene a la organización fiel a sus principios fundamentales (Fernández, 2022).

8.2.13. Importancia de las Estrategias Corporativas

Las estrategias corporativas proporcionan una dirección clara para la empresa. Ayudan a alinear los esfuerzos de todos los departamentos y unidades de negocio hacia metas comunes, lo que facilita una ejecución coherente y eficiente de las iniciativas estratégicas. Esta orientación es crucial para mantener a la organización en el camino correcto hacia el logro de sus objetivos. A través de una estrategia corporativa bien definida, las empresas pueden asignar sus recursos de manera más eficiente. Esto incluye la distribución de capital, talento y tiempo a las áreas que tienen el mayor potencial para contribuir al éxito a largo plazo de la organización. La asignación adecuada de recursos también permite a la empresa responder de manera efectiva a las oportunidades y desafíos del mercado.

En un entorno empresarial en constante cambio, la estrategia corporativa permite a la organización adaptarse y responder rápidamente a las nuevas oportunidades y amenazas. Una estrategia corporativa flexible y bien desarrollada ayuda a la empresa a mantenerse competitiva y relevante, incluso cuando las condiciones del mercado cambian rápidamente.

Las estrategias corporativas facilitan el crecimiento y la expansión de la empresa, ya sea a través de la diversificación en nuevos mercados, la adquisición de otras empresas o la expansión de las operaciones actuales. Estas estrategias permiten a la organización aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento y aumentar su presencia en el mercado.

Ventaja Competitiva

La formulación de estrategias corporativas efectivas permite a la empresa desarrollar y mantener una ventaja competitiva sostenible. Al identificar y capitalizar sus fortalezas únicas y posicionarse estratégicamente en el mercado, la organización puede diferenciarse de sus competidores y atraer a más clientes.

8.2.14. Tipos de Estrategias Corporativas

Existen varios tipos de estrategias corporativas que las empresas pueden adoptar, dependiendo de sus objetivos y del entorno en el que operan. Los tipos principales incluyen:

Estrategia de Crecimiento

- a) **Expansión de Mercado:** Implica la entrada en nuevos mercados geográficos o segmentos de mercado. Esto puede lograrse a través de la exportación, la creación de subsidiarias en el extranjero o la adaptación de productos para nuevos públicos.
- b) **Desarrollo de Productos:** Se enfoca en la introducción de nuevos productos o la mejora de los productos existentes para satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Esta estrategia puede incluir la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y la innovación de productos.
- c) **Integración Vertical:** Consiste en adquirir o controlar etapas adicionales de la cadena de suministro, ya sea hacia atrás (integración hacia proveedores) o hacia adelante (integración hacia distribuidores o minoristas). Esto puede ayudar a la empresa a reducir costos y mejorar el control sobre la calidad y la entrega de sus productos.

Estrategia de Diversificación

- a) **Diversificación Relacionada:** Implica la expansión en nuevas áreas de negocio que están relacionadas con las competencias centrales de la empresa. Por ejemplo, una empresa de tecnología que desarrolla software podría diversificarse en la fabricación de hardware complementario.
- b) **Diversificación No Relacionada:** Se refiere a la expansión en áreas de negocio que no están relacionadas con las actividades actuales de la empresa. Esta estrategia puede reducir el riesgo al no depender de una sola industria, pero también puede ser más difícil de gestionar debido a la falta de sinergias entre los negocios.

Estrategia de Reestructuración

- a) **Desinversión:** Involucra la venta o el cierre de unidades de negocio no rentables o que no se alinean con los objetivos estratégicos de la empresa. Esto permite a la organización centrarse en sus áreas más fuertes y potencialmente invertir en oportunidades de crecimiento más prometedoras.
- b) **Reestructuración Operativa:** Incluye cambios en la estructura organizativa, la reducción

de costos o la reingeniería de procesos para mejorar la eficiencia operativa. Este tipo de reestructuración puede ser necesario para mantener la competitividad en un entorno de mercado desafiante.

- c) Liquidación: Es una estrategia de salida que implica la venta de todos los activos de la empresa, generalmente cuando la organización ya no es viable o se enfrenta a problemas financieros insuperables.

8.2.15. Estrategias Competitivas

Las estrategias competitivas son enfoques que las empresas adoptan para posicionarse de manera efectiva en su industria y obtener una ventaja sobre sus competidores. Estas estrategias se centran en cómo una empresa puede competir con éxito en su mercado, diferenciarse de sus competidores y satisfacer a sus clientes de manera más efectiva (Quero, 2020).

La estrategia competitiva se refiere al plan de acción que una empresa adopta para competir en su mercado y ganar ventaja sobre sus competidores. Esta estrategia implica la identificación de las fortalezas y debilidades de la empresa, el análisis del entorno competitivo y la definición de cómo la empresa puede diferenciarse y ofrecer un valor superior a sus clientes. La estrategia competitiva es clave para la sostenibilidad a largo plazo y el éxito en el mercado (Becerra, 2023).

La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa para superar a sus competidores mediante la oferta de productos o servicios de mayor valor para los clientes. Esta ventaja puede lograrse a través de diversos factores, como la calidad superior del producto, la innovación, los precios más bajos, la marca fuerte o la eficiencia operativa. Mantener una ventaja competitiva sostenible es esencial para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa (Malquín, 2022).

8.2.16. Importancia de las Estrategias Competitivas

Las estrategias competitivas según Herrera-Sánchez, (2021) son cruciales por varias razones:

- a) Posicionamiento en el Mercado
- b) Adaptación al Entorno Cambiante
- c) Una estrategia flexible
- d) Maximización de Recursos
- e) Satisfacción del Cliente

f) Sostenibilidad a Largo Plazo

8.2.17. Tipos de Estrategias Competitivas

Liderazgo en Costos.

La estrategia de liderazgo en costos se centra en ser el productor de bajo costo en una industria. Esto permite a la empresa ofrecer sus productos o servicios a precios más bajos que sus competidores, atrayendo a clientes sensibles al precio. Al reducir los costos operativos y de producción, la empresa puede mantener márgenes de beneficio saludables incluso cuando compite en precio, esta estrategia es particularmente efectiva en mercados donde los productos son estandarizados y el precio es un factor decisivo (Jama, 2019).

Diferenciación

La estrategia de diferenciación implica ofrecer productos o servicios únicos que se destacan de los de los competidores. Esto puede lograrse a través de la innovación, la calidad superior, el diseño distintivo, el servicio al cliente excepcional o la marca fuerte. La diferenciación permite a las empresas atraer a clientes que están dispuestos a pagar un precio premium por los productos o servicios percibidos como superiores o únicos (Baez, 2022)

Enfoque (o Estrategia de Nicho):

La estrategia de enfoque se centra en atender a un segmento de mercado específico o un nicho. La empresa optimiza sus productos o servicios para satisfacer las necesidades particulares de este segmento, ignorando a la mayoría del mercado. Al especializarse en un nicho, la empresa puede servir mejor a su segmento objetivo, ofreciendo un valor superior que los competidores más generalistas no pueden igualar. Esto puede crear una lealtad fuerte y una barrera a la competencia.

8.2.18. Estrategias Funcionales

La estrategia funcional se refiere a los planes detallados y específicos desarrollados por los departamentos funcionales de una organización, como marketing, finanzas, operaciones, recursos humanos y tecnología de la información, se enfocan en cómo cada departamento puede contribuir a la ventaja competitiva de la empresa y apoyar la ejecución de la estrategia general

de la organización, se centra en optimizar el rendimiento de cada función para alcanzar los objetivos empresariales (Gutiérrez y Ludeña, 2021).

La integración de estrategias funcionales implica coordinar y alinear las estrategias de diferentes funciones o departamentos para asegurar que trabajen de manera cohesiva hacia los objetivos comunes de la empresa. Esta integración es crucial para evitar conflictos entre departamentos y asegurar que los recursos se utilicen de manera efectiva y eficiente (Sanchez, 2019).

Importancia de las Estrategias Funcionales

Las estrategias funcionales aseguran que cada departamento esté alineado con la visión, misión y objetivos estratégicos de la organización. Esta alineación es crucial para la coherencia y la dirección estratégica, permitiendo que todas las áreas de la empresa trabajen hacia metas comunes y contribuya a la realización de la estrategia general.

Las estrategias funcionales permiten a los departamentos responder de manera ágil y efectiva a los cambios en el entorno de negocios, como nuevas regulaciones, avances tecnológicos o cambios en las expectativas de los clientes, esto es crucial para mantener la competitividad y la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse (Valencia, 2020).

Las estrategias funcionales son esenciales para la ejecución de la estrategia corporativa. Cada departamento implementa su estrategia funcional para cumplir con sus responsabilidades y metas específicas, lo que, en conjunto, contribuye a la realización de los objetivos estratégicos de la empresa.

Tipos de Estrategias Funcionales

Cada función dentro de una empresa puede desarrollar estrategias específicas para contribuir al éxito general de la organización.

A continuación, se presentan algunos ejemplos clave de estrategias funcionales:

8.2.19. Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing se centran en cómo la empresa puede atraer y retener a sus clientes

mediante la promoción de sus productos o servicios. Estas estrategias incluyen la segmentación del mercado, el posicionamiento de la marca, el desarrollo de productos, la fijación de precios y la gestión de canales de distribución. Las estrategias de marketing son vitales para crear demanda y construir relaciones con los clientes. Un enfoque efectivo de marketing puede diferenciar a la empresa de sus competidores y fortalecer su presencia en el mercado (Baez, 2022).

8.2.20. Estrategias Financieras

Las estrategias financieras implican la planificación y gestión de los recursos financieros de la empresa para apoyar sus objetivos estratégicos, esto incluye decisiones sobre la financiación, la inversión, la gestión de costos y la distribución de dividendos. Las estrategias financieras sólidas aseguran que la empresa tenga los recursos necesarios para operar y crecer, manteniendo al mismo tiempo la estabilidad financiera y maximizando el valor para los accionistas (Malquín, 2022) .

8.2.21. Estrategias de Recursos Humanos (RRHH)

Las estrategias de RRHH se enfocan en la gestión del talento dentro de la organización. Esto abarca el reclutamiento y la selección, la capacitación y el desarrollo, la gestión del rendimiento y la compensación y beneficios. son esenciales para atraer, desarrollar y retener empleados talentosos, lo cual es crítico para el éxito a largo plazo de la empresa. Un enfoque estratégico en RRHH también puede mejorar la moral y la productividad del personal (Castro, et al. 2019).

8.2.22. Estrategias de Operaciones

Las estrategias de operaciones se centran en la gestión eficiente de los procesos de producción y entrega de la empresa. Esto incluye la gestión de la cadena de suministro, la mejora de la calidad, la reducción de costos y la optimización de la capacidad productiva. Las estrategias de operaciones eficaces son cruciales para garantizar que la empresa pueda cumplir con la demanda del cliente de manera oportuna y rentable, manteniendo altos estándares de calidad y minimizando el desperdicio (Jama, 2019).

8.2.23. Estrategias de Tecnología de la Información (TI)

Las estrategias de TI se enfocan en el uso de la tecnología para mejorar la eficiencia operativa, la innovación y la competitividad de la empresa. Esto incluye la gestión de sistemas de información, la implementación de tecnologías emergentes y la protección de la seguridad de la información; son esenciales para apoyar la transformación digital de la empresa, mejorar la eficiencia de los procesos y proporcionar a la organización las herramientas necesarias para competir en un entorno tecnológico en constante cambio (Guaranda, 2021)

8.2.24. Implementación de Estrategias Administrativas

La implementación de estrategias administrativas es el proceso mediante el cual las estrategias planificadas se llevan a cabo a través de acciones y actividades concretas dentro de la organización. Implica la asignación de recursos, la coordinación de esfuerzos y la gestión del cambio para garantizar que la estrategia se traduzca en resultados tangibles. Este proceso abarca desde la comunicación de la estrategia hasta la supervisión continua y la adaptación a medida que se desarrollan las circunstancias.

Procesos en la Implementación de Estrategias Administrativas

La implementación de estrategias administrativas según (Ulcuango, 2023) generalmente sigue un proceso estructurado que abarca varias etapas clave:

- 1. La primera etapa en la implementación es comunicar claramente la estrategia a todos los niveles de la organización. Esto implica explicar la visión, la misión, los objetivos estratégicos y cómo cada departamento y empleado contribuye a estos objetivos. La comunicación efectiva asegura que todos comprendan el propósito y los beneficios de la estrategia.**
- 2. Una vez que la estrategia se ha comunicado, cada departamento debe desarrollar planes de acción detallados que describan cómo implementarán la estrategia en sus operaciones diarias. Estos planes deben incluir objetivos específicos, actividades, responsables y plazos para garantizar que todos los aspectos de la estrategia se aborden de manera integral.**
- 3. Asignar los recursos necesarios para la implementación de la estrategia es crucial. Esto incluye la asignación de presupuestos, la disponibilidad de personal capacitado y la provisión de tecnología y herramientas adecuadas para apoyar la ejecución de los planes de acción.**

4. **La implementación exitosa a menudo requiere que los empleados desarrollen nuevas habilidades o adopten nuevas formas de trabajo. Esto puede implicar la capacitación en nuevas tecnologías, procesos o métodos de trabajo, así como el desarrollo de competencias clave para apoyar la estrategia.**
5. **Con los recursos asignados y la capacitación completada, los departamentos deben ejecutar sus planes de acción. Esto implica llevar a cabo las actividades planificadas, seguir los plazos establecidos y coordinar esfuerzos con otras áreas de la organización para asegurar una implementación coherente y efectiva.**
6. **Durante la ejecución, es esencial monitorear continuamente el progreso hacia los objetivos estratégicos. Esto incluye el uso de indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir el avance y la realización de revisiones periódicas para evaluar la efectividad de la implementación.**
7. **La evaluación regular de los resultados de la implementación permite identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios. Esto puede implicar modificar planes de acción, reasignar recursos o adaptar la estrategia en respuesta a cambios en el entorno interno o externo.**
8. **La última etapa implica la elaboración de informes sobre el progreso y los resultados de la implementación, así como la recopilación de retroalimentación de los empleados y otras partes interesadas. Esta información es valiosa para informar futuras iniciativas estratégicas y mejorar el proceso de implementación.**

Innovación y Adaptación en las Estrategias Administrativas

La innovación y adaptación en las estrategias administrativas son fundamentales para que las organizaciones se mantengan competitivas y respondan efectivamente a los cambios en su entorno, se refiere a la introducción de ideas nuevas o mejoradas en la forma en que se diseñan y ejecutan las estrategias dentro de una organización. Esto puede incluir nuevos métodos de gestión, procesos operativos más eficientes, o la implementación de tecnologías avanzadas que mejoren la productividad y la eficacia organizacional.

La adaptación se refiere a la capacidad de una organización para ajustar sus estrategias, operaciones y estructuras en respuesta a cambios en el entorno interno y externo. Esto puede incluir cambios en la demanda del mercado, regulaciones gubernamentales, avances tecnológicos o incluso crisis económicas.

Integrar la innovación y la adaptación en las estrategias administrativas es clave para maximizar

el éxito organizacional a largo plazo. Las organizaciones que cultivan una cultura de innovación y adaptabilidad pueden no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo. Esto requiere liderazgo visionario, inversión en investigación y desarrollo, y una mentalidad abierta al cambio y la mejora continua.

Variable Dependiente: Resultados Empresariales

Los resultados empresariales se refieren a los logros y desempeño financiero obtenidos por una organización en un período específico, estos resultados pueden incluir ingresos, ganancias netas, margen de beneficio, retorno sobre la inversión (ROI), así como otros indicadores financieros y no financieros que reflejen la eficacia y eficiencia de las operaciones empresariales (García-Fernández, 2020).

Los resultados empresariales también pueden referirse al cumplimiento de objetivos estratégicos y operativos establecidos por la organización, esto incluye el logro de metas relacionadas con la cuota de mercado, satisfacción del cliente, innovación, desarrollo de productos, eficiencia operativa y sostenibilidad ambiental, entre otros aspectos (Valle, 2019).

8.2.25. Importancia de los Indicadores de Resultados Empresariales

Los indicadores de resultados empresariales son fundamentales según (Valle, 2019) por varias razones:

- a) Permiten evaluar de manera objetiva el rendimiento financiero y operativo de la empresa, proporcionando datos concretos para la toma de decisiones informadas.
- b) Ayudan a identificar áreas de fuerza y debilidad, orientando la planificación estratégica y el desarrollo de objetivos alcanzables y realistas.
- c) Facilitan el monitoreo continuo del progreso hacia metas y objetivos establecidos, permitiendo ajustes rápidos y eficientes cuando sea necesario.
- d) Mejoran la transparencia y la comunicación tanto interna como externamente, demostrando responsabilidad corporativa y promoviendo la confianza entre los inversores, accionistas y otras partes interesadas.

8.2.26. Operacionales

Eficiencia en la Producción y Gestión de Costos

La eficiencia en la producción y gestión de costos es un indicador clave que mide cómo una empresa optimiza sus procesos de producción para minimizar los costos mientras mantiene o mejora la calidad de sus productos o servicios, este indicador se centra en la capacidad de una

organización para utilizar sus recursos de manera efectiva, reduciendo el desperdicio y aumentando la productividad (Huerta, et al. 2020).

La eficiencia se evalúa a través de métricas como el costo por unidad producida, el tiempo de ciclo de producción y el uso de tecnología avanzada para mejorar los procesos. Empresas que logran alta eficiencia en producción y costos pueden ofrecer productos a precios competitivos y mejorar sus márgenes de ganancia (Jaramillo, 2022).

Rotación de Inventarios y Activos

La rotación de inventarios y activos es una métrica que evalúa la velocidad con la que una empresa vende y repone sus inventarios, así como la eficiencia con la que utiliza sus activos para generar ingresos. Una alta rotación de inventarios indica que una empresa vende sus productos rápidamente y tiene menos capital inmovilizado en inventarios, lo cual es positivo para el flujo de caja y la rentabilidad. La rotación de activos, por otro lado, refleja la capacidad de la empresa para generar ventas a partir de sus activos. Esta métrica es esencial para identificar cómo una organización maximiza el uso de sus recursos tangibles e intangibles (Aldave, et al., 2020).

Productividad y Utilización de Recursos

La productividad mide la cantidad de output (productos o servicios) generados por unidad de input (trabajo, capital, tiempo, etc.). Es una medida fundamental de la eficiencia organizacional y la efectividad en la utilización de recursos. La alta productividad implica que una empresa puede producir más con menos, lo cual es crucial para mantener la competitividad en el mercado.

La utilización de recursos se refiere a cómo una empresa emplea sus recursos disponibles para alcanzar sus objetivos de producción. Un uso óptimo de recursos implica la minimización de desperdicios y la maximización del valor añadido, lo que se traduce en una operación más rentable y sostenible.

8.2.27. De Mercado

Participación en el Mercado

La participación en el mercado es el porcentaje de ventas que una empresa controla en comparación con el total del mercado. Es un indicador vital que refleja la competitividad de una empresa dentro de su industria. Una mayor participación de mercado indica un fuerte posicionamiento y aceptación del producto entre los consumidores. Las empresas con una alta cuota de mercado a menudo disfrutan de economías de escala y tienen una influencia

significativa sobre los precios y las tendencias del mercado. Este indicador ayuda a las empresas a evaluar su rendimiento en relación con sus competidores y a identificar áreas de crecimiento o mejora (Guaranda, 2021).

Satisfacción del Cliente y Lealtad

La satisfacción del cliente mide qué tan bien los productos o servicios de una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente. Es fundamental para el éxito a largo plazo, ya que los clientes satisfechos son más propensos a repetir sus compras y recomendar la empresa a otros. La lealtad del cliente, por otro lado, se refiere a la probabilidad de que los clientes continúen comprando de la misma empresa en lugar de cambiar a un competidor. Las empresas que invierten en experiencias excepcionales para el cliente y en la construcción de relaciones sólidas con sus clientes tienden a tener tasas más altas de retención y lealtad (Morán et al., 2021).

Innovación y Desarrollo de Productos

La capacidad de una empresa para innovar y desarrollar nuevos productos es crucial para su crecimiento y adaptación en un entorno de mercado dinámico. La innovación puede abarcar desde la mejora incremental de productos existentes hasta la creación de productos totalmente nuevos que satisfagan necesidades emergentes o creen nuevas demandas. Los indicadores de innovación incluyen el número de nuevos productos lanzados, el porcentaje de ingresos provenientes de productos nuevos y las inversiones en investigación y desarrollo (I+D). Una empresa que se destaca en innovación está mejor posicionada para responder a los cambios en las preferencias del consumidor y mantenerse a la vanguardia de la competencia (Mori, 2019)

8.2.28. Factores que Influyen en los Resultados Empresariales

Los resultados empresariales son el reflejo de la salud y el desempeño de una empresa. Estos resultados no son accidentales; están moldeados por una variedad de factores que interactúan de manera compleja.

A continuación, se analizan los principales factores que influyen en los resultados empresariales, abarcando aspectos internos y externos que afectan el rendimiento de una empresa.

Factores Internos

1. Estructura Organizacional

La estructura organizacional define cómo se distribuyen las tareas, cómo se jerarquizan las funciones y cómo fluyen las comunicaciones dentro de una empresa. Una estructura bien diseñada facilita la eficiencia operativa, la rápida toma de decisiones y la adaptabilidad al cambio. Las estructuras pueden ser centralizadas o descentralizadas, cada una con sus ventajas y desventajas. En una estructura centralizada, las decisiones se toman en la cima, lo que puede mejorar la coherencia estratégica, pero puede ser lento en la respuesta a los cambios del mercado. En contraste, una estructura descentralizada empodera a los niveles inferiores para tomar decisiones rápidas, lo que puede ser crucial en entornos dinámicos (Castro, 2019).

2. Cultura Organizacional

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y comportamientos que caracterizan a una empresa. Influye profundamente en cómo los empleados interactúan entre sí y con el entorno externo. Una cultura fuerte y positiva puede motivar a los empleados, fomentar la lealtad y mejorar la productividad. En cambio, una cultura negativa puede llevar a una alta rotación de personal, conflictos internos y una menor satisfacción del cliente. La alineación de la cultura con la estrategia empresarial es esencial para la ejecución efectiva de los planes estratégicos (Gutiérrez y Ludeña, 2021).

3. Gestión del Talento Humano

El capital humano es uno de los activos más valiosos de cualquier organización. La capacidad de atraer, desarrollar y retener talento afecta directamente la innovación, la calidad del servicio y la eficiencia operativa. Programas efectivos de capacitación y desarrollo, junto con estrategias de motivación y reconocimiento, pueden mejorar significativamente el rendimiento de los empleados. La gestión del talento también implica crear un ambiente de trabajo que promueva el bienestar y el equilibrio entre la vida laboral y personal (Becerra, 2023).

4. Eficiencia Operacional

La eficiencia operacional se refiere a la capacidad de una empresa para utilizar sus recursos de manera óptima para producir bienes o servicios. Esto incluye la gestión efectiva de la cadena de suministro, la minimización de costos y el uso inteligente de la tecnología. Las empresas que logran alta eficiencia operativa pueden ofrecer productos a precios competitivos y mantener márgenes de beneficio saludables, incluso en mercados de alta presión (García, 2023).

5. Innovación y Desarrollo de Productos

La innovación es crucial para mantener la relevancia en un mercado competitivo. La capacidad de una empresa para desarrollar nuevos productos o mejorar los existentes puede diferenciarla de sus competidores y abrir nuevas oportunidades de ingresos. La innovación no solo se refiere

a productos, sino también a procesos y modelos de negocio. Las empresas que fomentan una cultura de innovación suelen estar mejor posicionadas para adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar nuevas oportunidades (Michay-Pinta, 2023).

Factores Externos

1. Condiciones Económicas

El entorno económico general influye significativamente en el rendimiento empresarial. Factores como la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico y el desempleo afectan la demanda de productos y servicios. En tiempos de recesión, las empresas pueden enfrentar menores ingresos y mayores desafíos financieros. Por otro lado, en una economía en crecimiento, las empresas suelen experimentar un aumento en la demanda y mayores oportunidades de expansión (Drucker et al., 2019).

2. Entorno Competitivo

La competencia en la industria afecta cómo las empresas fijan precios, invierten en marketing y desarrollan productos. Un mercado con alta competencia puede obligar a las empresas a innovar y mejorar continuamente para mantenerse competitivas. Las barreras de entrada y la intensidad de la competencia también determinan la estrategia de una empresa. Las empresas deben analizar constantemente su posición competitiva y ajustar sus estrategias para mantenerse relevantes (Becerra, 2023).

3. Regulaciones y Políticas Gubernamentales

Las regulaciones gubernamentales, las políticas fiscales y las leyes laborales pueden tener un impacto significativo en las operaciones de una empresa. Cumplir con las normativas puede implicar costos adicionales, pero también puede ofrecer oportunidades, como incentivos fiscales o subvenciones. Las empresas deben estar atentas a los cambios en el entorno regulatorio y ser proactivas en la adaptación a nuevas leyes y regulaciones (Herrera-Sánchez, 2021).

4. Tendencias del Mercado

Las preferencias de los consumidores y las tendencias del mercado están en constante evolución. Las empresas deben estar en sintonía con estas tendencias para anticipar la demanda futura y adaptar sus ofertas en consecuencia. La digitalización, el cambio hacia el consumo sostenible y la personalización son ejemplos de tendencias que pueden influir en la estrategia empresarial.

8.2.29. Impacto de las Estrategias Administrativas en los Resultados Empresariales

El impacto de las estrategias administrativas en los resultados empresariales es profundo y multifacético. En primer lugar, una estrategia bien diseñada y ejecutada puede mejorar significativamente la rentabilidad de una empresa. Esto se logra mediante la optimización de la estructura de costos y la mejora de la eficiencia operativa, lo que permite a la empresa ofrecer productos y servicios de alta calidad a precios competitivos. Por ejemplo, al implementar estrategias de reducción de costos, como la mejora de procesos o la renegociación de contratos con proveedores, una empresa puede reducir sus gastos generales, aumentando así sus márgenes de beneficio (Quero, 2020).

Además, las estrategias administrativas influyen en la capacidad de la empresa para adaptarse a cambios en el mercado y aprovechar nuevas oportunidades. En un entorno empresarial dinámico y competitivo, la flexibilidad y la capacidad de respuesta son vitales. Estrategias que fomentan la innovación y el desarrollo de nuevos productos permiten a las empresas mantenerse relevantes y competitivas, incluso en sectores altamente saturados (Gutiérrez y Ludeña, 2021). La alineación de las estrategias administrativas con los objetivos empresariales también juega un papel crucial en la gestión de los recursos y la maximización del rendimiento. Al centrarse en áreas clave como la asignación eficiente de recursos humanos y materiales, las estrategias administrativas aseguran que todos los aspectos de la operación empresarial están trabajando en armonía hacia el mismo objetivo. Esto no solo mejora la cohesión interna y la eficiencia, sino que también minimiza los conflictos y la redundancia de esfuerzos (Morán et al. 2021).

En términos de impacto financiero, las estrategias administrativas robustas pueden mejorar la liquidez y la solvencia de la empresa, aspectos esenciales para su estabilidad y crecimiento sostenido. La gestión prudente del flujo de efectivo y la estructura de capital permiten a la empresa mantener un nivel adecuado de liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo y aprovechar oportunidades de inversión. Además, la capacidad de una empresa para generar ingresos y mantener un crecimiento saludable en sus ventas es a menudo un reflejo directo de la efectividad de sus estrategias administrativas.

Las estrategias administrativas también tienen un impacto significativo en los resultados no financieros, como la satisfacción del cliente, la lealtad y la reputación corporativa. Estrategias centradas en mejorar la calidad del servicio y la experiencia del cliente pueden llevar a una mayor retención de clientes y una mejor posición en el mercado. Asimismo, las prácticas de responsabilidad social corporativa, integradas en la estrategia administrativa, pueden fortalecer

la relación de la empresa con la comunidad y mejorar su imagen pública.

Empresas.

Las empresas ecuatorianas abarcan una amplia gama de sectores y tamaños, contribuyendo significativamente a la economía del país. Ecuador cuenta con empresas en diversos campos, desde agricultura y petróleo hasta turismo, manufactura, tecnología y servicios financieros (Aguilar, 2020).

La empresa es una organización o entidad económica que se dedica a la producción, distribución o comercialización de bienes y servicios con el objetivo de obtener beneficios, puede estar conformada por una o varias personas, y su actividad principal es generar ingresos a través de sus operaciones comerciales, existen diferentes tipos de empresas, que se clasifican de acuerdo a diferentes criterios, por su tamaño, por su sector, por su actividad (Drucker, 2019).

Empresas comerciales.

Las empresas comerciales se definen como aquellas entidades que se especializan en la adquisición de bienes con el propósito de venderlos sin realizar ninguna transformación sustancial, en un sentido más amplio, este tipo de empresas llevan a cabo actividades económicas organizadas, centradas en la compra y venta de productos, ya sean materias primas o productos acabados. Además, estas empresas desempeñan un papel intermedio entre los productores y los consumidores, sin llevar a cabo ningún proceso de transformación de las materias primas.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

¿Cómo realizar un diagnóstico de la empresa, mediante el análisis de su entorno interno y externo de la Distribuidora Rosero cantón Quevedo?

La Distribuidora Rosero cuenta con una base sólida en cuanto a experiencia y reconocimiento local, pero necesita reforzar su estructura interna, especialmente en aspectos relacionados con la motivación del personal, capacitación continua, y digitalización. Aprovechar las oportunidades del entorno, como el crecimiento económico y las herramientas tecnológicas, podría generar mejoras significativas en la competitividad y rendimiento del equipo.

¿Cómo analizar las estrategias de la distribuidora Rosero cantón Quevedo con el fin de evaluar su impacto en el desempeño organizacional de los procesos operativo y estratégicos?

Las estrategias actuales de la Distribuidora Rosero se enfocan en la experiencia empírica y el contacto directo, lo que ha permitido mantener un nivel básico de funcionamiento. Sin embargo, estas estrategias limitan el crecimiento sostenible de la empresa, afectando directamente los procesos operativos (como inventario y distribución) y estratégicos (como planificación, motivación del personal e innovación

¿Qué estrategia administrativa aplicaremos mediante un plan de capacitación para mejorar resultados de la distribuidora Rosero cantón Quevedo?

Mejorar el desempeño operativo, comercial y organizacional de la Distribuidora Rosero a través del fortalecimiento de competencias del personal mediante capacitaciones específicas.

10. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1. Enfoque

10.1.1. Enfoque mixto.

El enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas (Gutierrez, 2018)

Se utilizó un enfoque mixto en la presente investigación debido a que se manejó técnicas cualitativas como la entrevista al gerente de la empresa así como encuestas a los empleados.

10.2. Diseño

El diseño de investigación es una técnica de desarrollo en la que las estrategias para obtener respuestas a las preguntas permiten una estructura de investigación específica en la que se estudia la aparición de variables utilizando un marco teórico que permite evaluar y comprender lo que ha sucedido hasta el momento cuando las variables son relevantes (Tamayo, 2021)..

10.3. Tipos de investigación

10.3.1. Investigación bibliográfica documental

La investigación bibliográfica, también conocida como investigación documental, es un tipo de investigación que se basa en la recopilación y análisis de información ya publicada, es decir esta información puede estar contenida en libros, artículos científicos, informes, tesis, entre otras fuentes (Balestrini, 2021).

Se utilizó esta investigación para la recopilación de toda la información teórica, sustentada con sus respectivas fuentes bibliográficas de donde se obtuvo la información, es decir de libros, sitios web, revistas, artículos científicos así como repositorios institucionales.

10.3.2. Investigación descriptiva

Es la investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su objeto de estudio, procurando brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde al problema de investigación (Bernal, 2020).

Se utilizó este tipo de investigación para describir la problemática de la institución, así como el detalle de los resultados y análisis de los datos que se obtuvieron mediante el empleo de los instrumentos de recolección de información.

10.3.3. Investigación de campo

Es el proceso de obtener datos de la realidad, por lo que Monroy y Nava (2020), manifiestan que es la recopilación de información fuera de laboratorio, es decir, se debe realizar la recolección de datos en el sitio donde ocurre el fenómeno a estudiar en la que no se presenta manipulación alguna de las variables a analizar.

10.4. Métodos de investigación

10.4.1. Método deductivo

Se deriva del método científico, donde Martínez (2019) manifiesta que la finalidad del método deductivo es la obtención de conclusiones por medio de los datos recolectados. El método deductivo permitió llegar a conclusiones partiendo desde datos particulares.

10.4.2. Método analítico

El método analítico es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos. Este método es un procedimiento que privilegia los procedimientos abiertos, con supuestos flexibles y modificables, en armonía con los acontecimientos suscitados (Vera, 2019). Gracias a este método se realizó el análisis de todos los datos recolectados mediante el empleo de los instrumentos de recolección de información.

10.4.3. Método sintético

El método sintético es un procedimiento que combina los elementos básicos de un todo para estudiarlo como un conjunto, es un método inductivo que parte de lo específico a lo general (Arias, 2021)

10.4.4. Método estadístico

El método estadístico es un procedimiento que utiliza la recopilación, el análisis y la interpretación de datos para obtener información sobre un fenómeno o población, es un método científico que se basa en la probabilidad y la estadística (Méndez, 2021).

10.5. Población y muestra

10.5.1. Población

Universo o conjunto de personas que viven en un territorio dado, es la unidad de los dos aspectos: económico-social y biológico (Méndez y Sandoval, 2021)

La población de estudio está conformada por el personal que labora en la empresa, siendo un total de 9 personas, incluida la encargada del área administrativa, la encargada del área contable, además de 5 empleados de planta, encargados de las ventas, uno encargado de los cobros.

10.5.2. Muestra

Es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio. Normalmente se selecciona la muestra de una población para su estudio, debido a que estudiar a todos los elementos de una población resultaría muy extenso y poco práctico (Arias, 2021).

Al ser una población finita, la muestra estuvo conformada por el total de la población, a quienes se procedió a aplicar los instrumentos de recolección de información, entrevista a la encargada del área administrativa y contable, así como el gerente de la distribuidora, y la encuesta a los empleados

10.6. Técnicas de recolección de información

10.6.1. Encuesta

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas, los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio (Lugo, 2023).

Se aplicó a los empleados para conocer temas importantes relacionado a las estrategias administrativas, el clima organizacional, las ventas, ingresos, servicio al cliente entre otros aspectos relevantes para el tema.

10.6.2. Entrevista

Se conoce como entrevista la conversación o conferencia que sostienen dos o más personas que se encuentran en el rol de entrevistador y entrevistado con la finalidad de obtener el primero determinada información sobre un asunto o tema que pueda proporcionarle el segundo (Hernández, 2019).

Se aplicó al gerente para darnos a conocer las principales estrategias que utiliza la empresa para mantenerse en el mercado

10.6.3. Instrumentos

La recopilación de la información se obtuvo mediante un instrumento de investigación (cuestionario), el mismo que contiene preguntas cerradas y abiertas que miden los indicadores que se han determinado en el problema.

10.6.3.1. Cuestionario

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado

sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación (Muñoz, 2019).

11. ANÁLISIS DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1. Tabulación de los datos de la encuesta aplicada a los empleados.

Sección 1. Clima y cultura organizacional

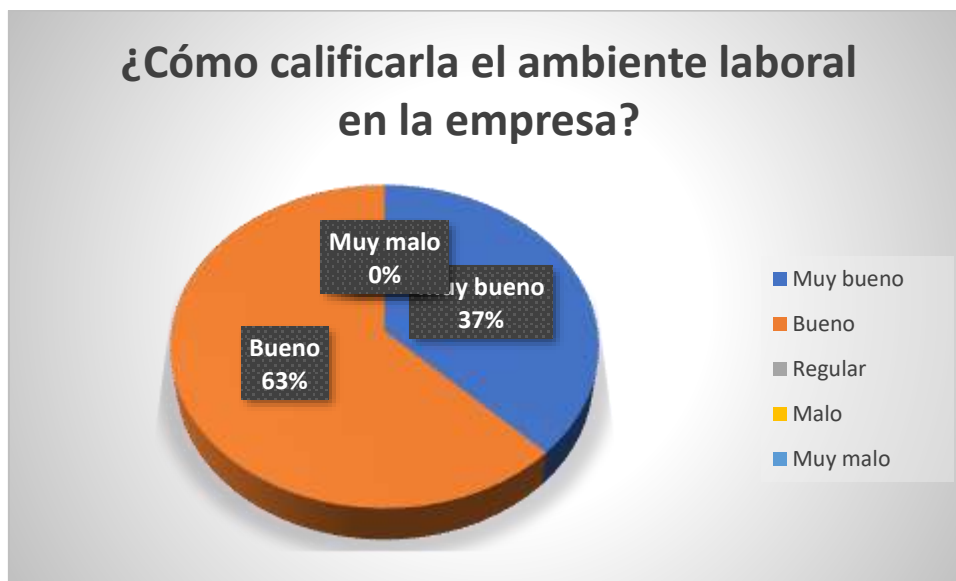
Tabla 3 ¿Cómo calificarla el ambiente laboral en la empresa?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	3	38%
Bueno	5	63%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Muy malo	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 1 ¿Cómo calificarla el ambiente laboral en la empresa?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: al realizar la presente encuesta a los empleados de Distribuidora Rosero en la sección de Clima y cultura organizacional obtuvimos que un 63% dicen que es bueno en ambiente laboral que tiene la empresa y un 37% opinan que es muy bueno el clima laboral que los rodea.

Sección 2: Se siente valorada

Tabla 4 ¿Se siente valorada (o) por la empresa?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Frecuentemente	5	63%
Algunas veces	3	38%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 2 ¿Se siente valorada (o) por la empresa?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: A través del gráfico actual se pretende conocer un 62% de los encuestados opinan que frecuentemente son valorados por sus superiores mientras que un 38% dicen que algunas veces les brinda apoyo y valoración a sus labores profesionales.

Sección 3. Comunicación y coordinación

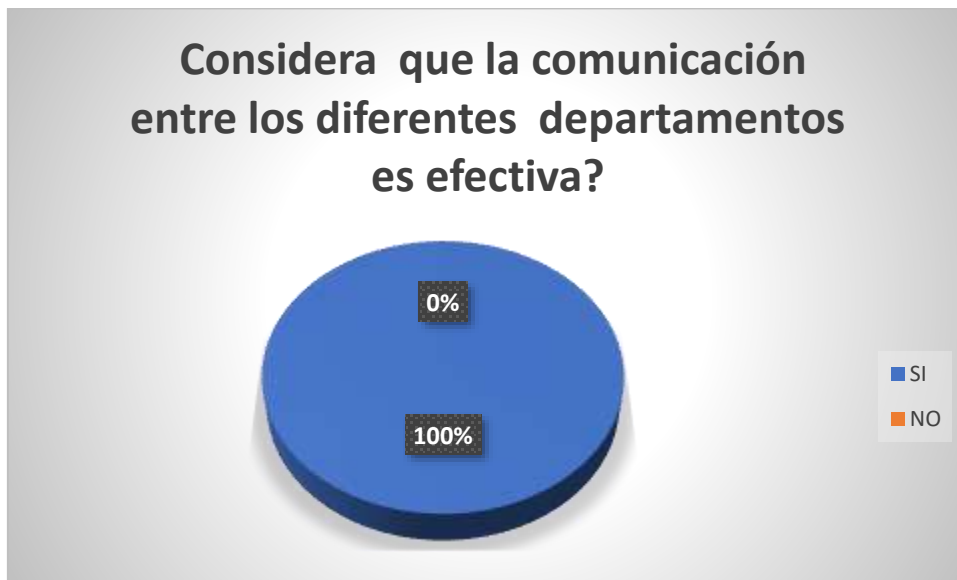
Tabla 5 Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	100%
NO	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 3 Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: en la sesión de comunicación y coordinación obtuvimos por unanimidad un 100% en todos los encuestados que opinan que la comunicación entre los diferentes departamentos existentes en la empresa es muy efectiva y factible para obtener mejor rendimiento y sobre todo calidad humana

Sección 4: Suficiente información

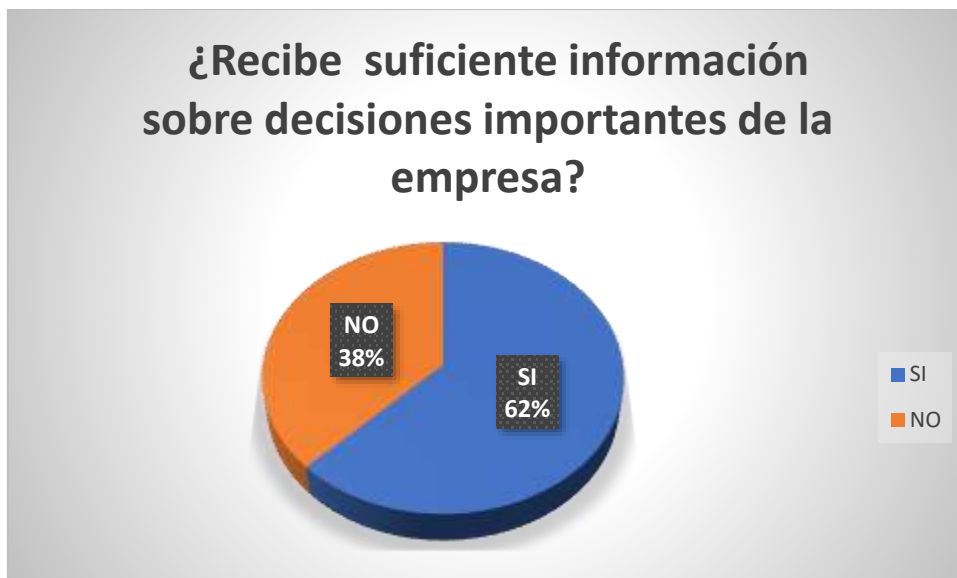
Tabla 6 ¿Recibe suficiente información sobre decisiones importantes de la empresa?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	62%
NO	3	38%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 4 ¿Recibe suficiente información sobre decisiones importantes de la empresa?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: al realizar la encuestada a los empleados de la empresa antes mencionada obtuvimos un 62% que dicen que si reciben suficiente conformación sobre decisiones importantes que toma la directiva de la empresa y es algo factible ya que les toman en cuenta para obtener dichas decisiones mientras que un 38% opinan que no reciben la suficiente información que ellos requieren para su desempeño laboral.

Sección 5. Capacitación y Desarrollo

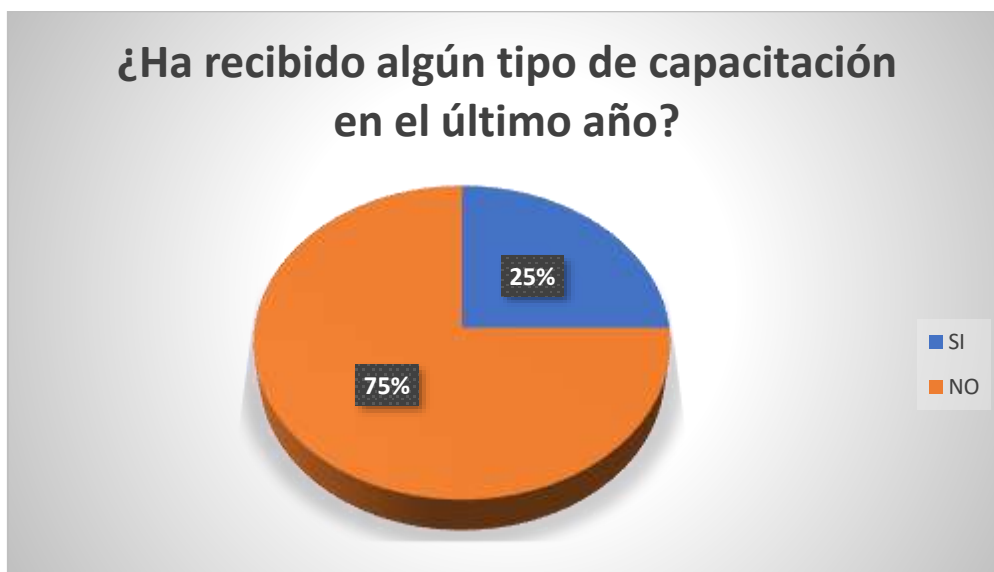
Tabla 7 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación en el último año?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	25%
NO	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 5 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación en el último año?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: Como resultado de esta pregunta se puede conocer que el 25% de los empleados opinan que si han recibido capacitación en este año, mientras el otro 75% opinan que no han recibido este año capacitación por ser nuevos en la empresa.

Sección 6 Capacitación

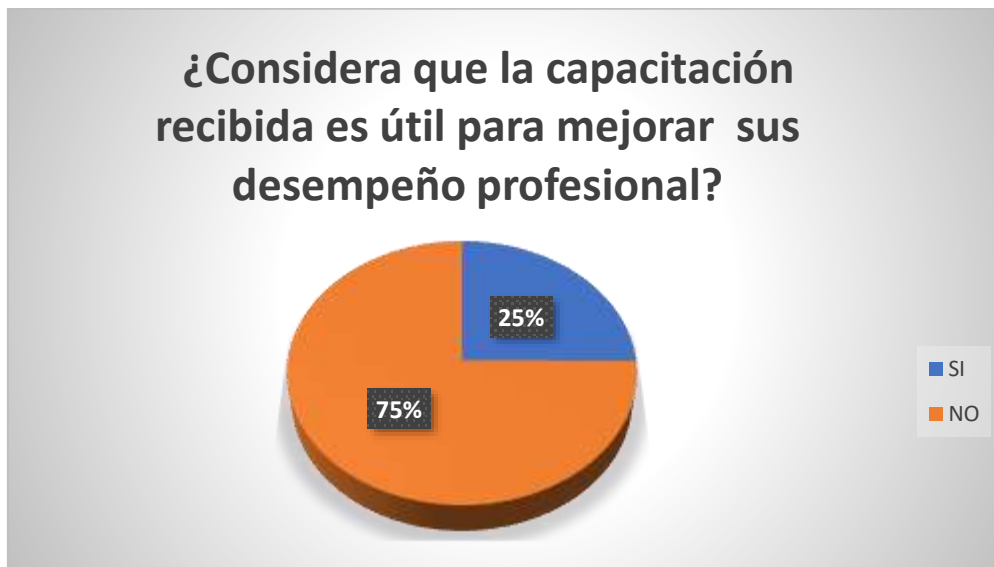
Tabla 8 ¿Considera que la capacitación recibida es útil para mejorar su desempeño profesional?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	25%
NO	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 6 ¿Considera que la capacitación recibida es útil para mejorar su desempeño profesional?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: Como resultado de esta pregunta se puede conocer que el 25% de los empleados encuestados dijeron que si han recibido capacitación en el desempeño profesional mientras que el 75% opinan que no ah recibido capacitación necesaria para su desempeño profesional.

Sección 7. Evaluación del Desempeño

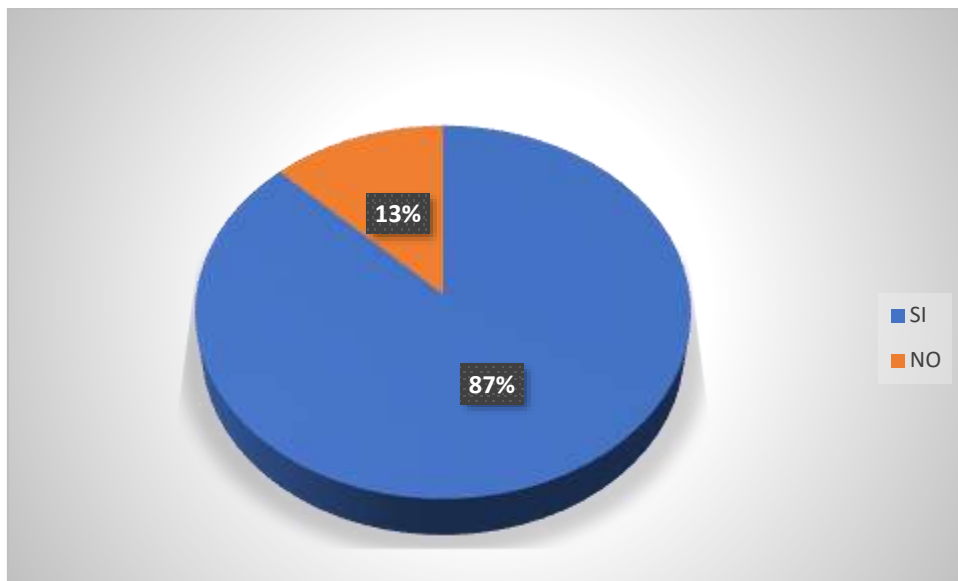
Tabla 9 ¿Se le comunica objetivos claros y medibles en su trabajo?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	87%
NO	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 7 ¿Se le comunica objetivos claros y medibles en su trabajo?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: Un 87% de los encuestados opinan que sus superiores si le comunican los objetivos de la empresa son claros y medibles para su beneficio laboral y un 13% opinan que no saben cuáles son los objetivos en el ámbito laboral.

Sección 8 Retroalimentación

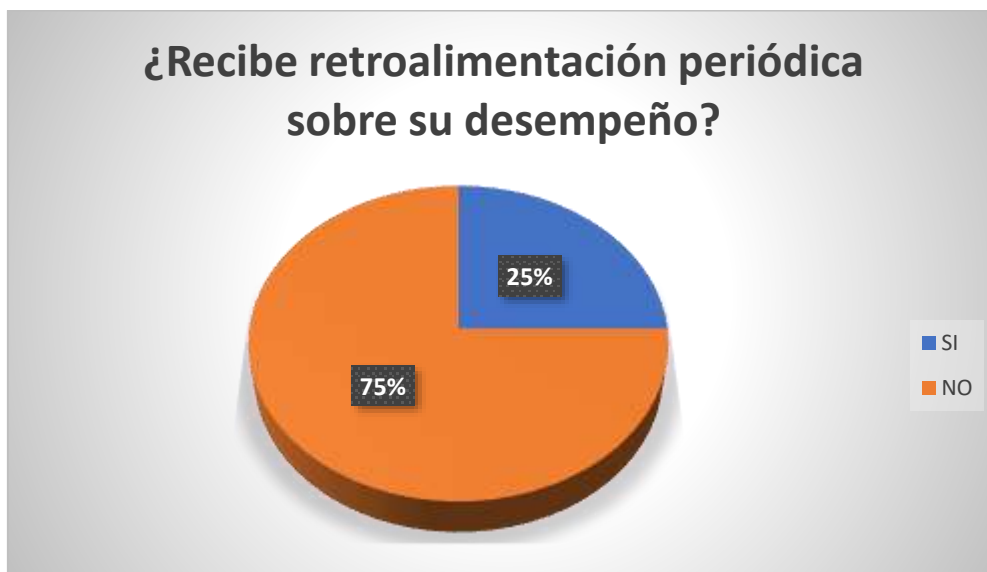
Tabla 10 ¿Recibe retroalimentación periódica sobre su desempeño?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	25%
NO	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 8 ¿Recibe retroalimentación periódica sobre su desempeño?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: al realizar la respectiva encuesta obtuvimos que un 25% dicen que si reciben retroalimentación periódica sobre su desempeño y el otro 75% opinan que no han recibido ningún nada o que son nuevos y no lo han recibido aún.

Sección 9: satisfacción laboral

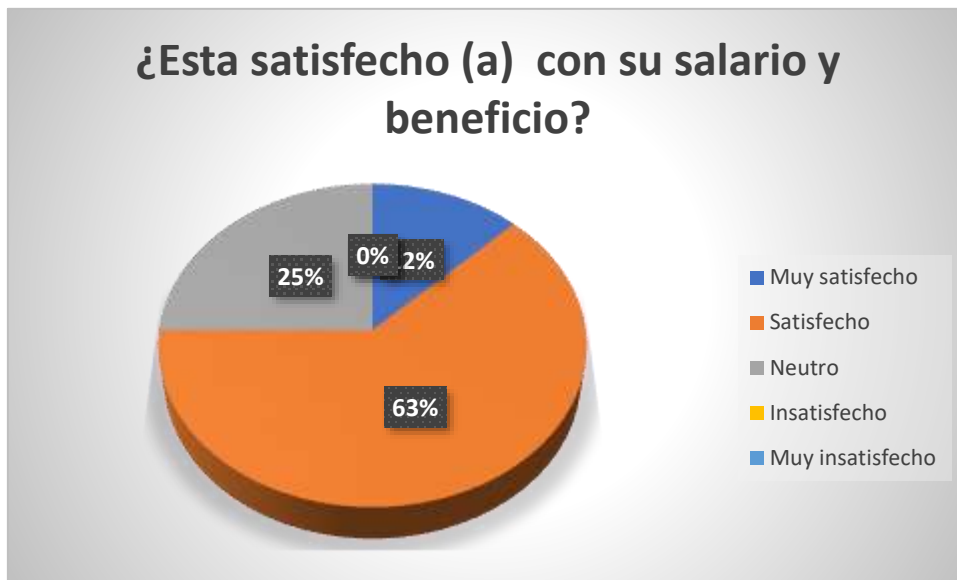
Tabla 11 ¿Está satisfecho (a) con su salario y beneficio?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	1	13%
Satisfecho	5	63%
Neutro	2	25%
Insatisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 9 ¿Está satisfecho (a) con su salario y beneficio?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: El 63% de los empleados encuestados dijeron que están satisfecho con el salario que tiene en la empresa mientras que un 25% opinaron que esta están conformes con su salario ya que es muy útil para su beneficio económico y un 2% opinaron estar muy satisfechos.

Sección: 10 Equilibrio

Tabla 12 ¿Cómo califica su equilibrio entre vida personal y trabajo?

DETALLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	4	50%
Bueno	4	50%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Muy malo	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Gráfico 10 ¿Cómo califica su equilibrio entre vida personal y trabajo?



Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

Análisis e interpretación: Respecto a la satisfacción laboral obtuvimos que un 50% opinan que su calificación en su vida personal y trabajo es un equilibrio perfecto y el otro 50% opinan que hay equilibrio en su vida personal y de trabajo.

Tabla 13. Cuadro Comparativo: Análisis de Preguntas Abiertas de la Encuesta

Pregunta de la Encuesta	Respuesta del Encuestado(a)	Interpretación
¿Qué aspectos considera que deberían mejorarse dentro de la empresa?	La organización al momento de seleccionar la mercadería	Esta respuesta refleja una deficiencia operativa en los procesos logísticos o de inventario. La falta de un sistema claro y eficiente en la clasificación, ubicación o control de la mercadería puede causar retrasos, errores en los pedidos y pérdida de tiempo, afectando directamente la productividad y satisfacción del cliente. Se evidencia la necesidad de implementar una estrategia de reorganización logística e inventarios.
¿Qué estrategias o prácticas propondría para mejorar los resultados empresariales?	Más comunicación interna	La respuesta evidencia una falla en la comunicación entre áreas o niveles jerárquicos, lo que puede generar desinformación, duplicidad de tareas o decisiones ineficientes. Se requiere implementar canales de comunicación formales y fortalecer la cultura organizacional con prácticas como reuniones periódicas, boletines internos o el uso de herramientas digitales colaborativas.

Fuente: empleados de la empresa.

Elaborado: autora de la tesis

11.21. Análisis de la entrevista aplicada al gerente.

Tabla 14. Cuadro Comparativo: Análisis de Respuestas sobre Gestión Administrativa en la Empresa

N.º Pregunta	Respuesta	Análisis / Interpretación
1 ¿Cómo describiría la estructura organizacional actual? ¿Existe un organigrama formal?	Estructura informal por divisiones. No existe un organigrama.	Se evidencia falta de formalización organizacional. La ausencia de un organigrama dificulta la claridad jerárquica y puede afectar la eficiencia y control interno.
2 ¿Qué procesos administrativos considera críticos para el funcionamiento y crecimiento?	La gestión de calidad.	Indica que existe conciencia sobre la importancia de estandarizar procesos para mejorar productos o servicios, aunque probablemente no se aplique un sistema formal de calidad.
3 ¿Cómo se toman las decisiones estratégicas? ¿Quiénes participan?	Según visión a largo plazo. Participan gerente y algunos empleados.	La participación del gerente es clave, pero se requiere estructurar procesos colaborativos de toma de decisiones para fomentar el compromiso del equipo.
4 ¿Qué criterios se siguen en la contratación y cómo se gestiona el desarrollo profesional?	Experiencia en atención al cliente y conocimiento del puesto.	La selección es empírica y no se menciona un plan de desarrollo profesional, lo que puede limitar la retención y crecimiento del talento humano.
5 ¿La empresa ofrece programas de capacitación continua?	No se realiza ningún tipo de programa.	La falta de capacitación impide la actualización de competencias y limita la capacidad de adaptación del personal frente a cambios del entorno.
6 ¿Cómo se elabora y controla el presupuesto anual?	Se revisa la situación financiera y se establecen objetivos.	Existe una práctica básica de planeación financiera, lo cual es positivo.
7 ¿Qué herramientas	Se optimiza la gestión	El uso de herramientas parece

N.º Pregunta	Respuesta	Análisis / Interpretación
tecnológicas usa la de inventarios y limitado a inventario. Se recomienda empresa? ¿Son almacenamiento. una ampliación hacia sistemas suficientes? integrales (ERP) que incluyan ventas, clientes y finanzas.		
8 ¿Cómo califica la Buena. Se escucha al atención al cliente? ¿Qué cliente y se ofrece buen estrategias se aplican? servicio.		La atención es percibida como positiva, pero no se evidencia una estrategia formal de servicio ni protocolos definidos que aseguren su sostenibilidad.
9 ¿Cuáles son los principales desafíos administrativos operativos? Adaptarse al crecimiento, a la tecnología y mantener calidad.		La empresa reconoce los retos clave del entorno actual. Esto subraya la necesidad de inversión en innovación, capacitación y reestructuración operativa.
10 ¿Qué objetivos tiene la empresa a largo plazo y qué cambios necesarios? Expansión, capacitación del personal y adaptación al mercado.		Se identifican metas claras, pero del requieren planificación estratégica, inversión en recursos humanos y análisis del entorno competitivo.

12. PROPUESTA.

✚ **Tema:** Diseño de un plan de capacitación motivacional para mejorar los resultados de la distribuidora Rosero del cantón Quevedo.

12.1. Objetivo general.

Mejorar el rendimiento laboral, fortalecer el compromiso del personal y fomentar una actitud positiva que se refleje en el incremento de resultados operativos y comerciales.

12.2. Justificación.

El crecimiento y sostenibilidad de una empresa no dependen únicamente de sus productos o ubicación, sino de la calidad del equipo humano que la respalda. En el caso de Distribuidora Rosero, una microempresa dedicada a la venta de ropa interior en el cantón Quevedo, mejorar el rendimiento laboral del personal, reforzar su compromiso y cultivar una actitud positiva resulta clave para alcanzar mejores resultados operativos y comerciales.

En una estructura empresarial pequeña como la de esta distribuidora, cada colaborador cumple funciones múltiples y es directamente responsable del contacto con los clientes, la gestión del inventario y la presentación del negocio. Por tanto, cualquier debilidad en su desempeño impacta de forma inmediata en la experiencia del cliente y en la eficiencia del negocio.

Fortalecer el compromiso del personal significa alinear sus intereses con los objetivos de la empresa. Esto se logra mediante reconocimiento, participación activa en decisiones menores, claridad en las funciones, y pequeñas capacitaciones que les permitan mejorar su desempeño. A su vez, fomentar una actitud positiva dentro del ambiente laboral promueve un trato cordial hacia los clientes, mejor colaboración interna y un mayor sentido de pertenencia, todo lo cual incide directamente en el incremento de ventas, la fidelización de clientes y el posicionamiento del negocio.

12.3. Introducción.

En el contexto actual, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan constantes desafíos derivados de la alta competitividad y la necesidad de adaptarse a los cambios del mercado. La distribuidora Rosero, ubicada en el cantón Quevedo, se dedica a la venta de ropa interior, ha experimentado dificultades en alinear sus resultados a los objetivos estratégicos esperados. Estos desafíos se atribuyen a fallas en la gestión administrativa y la falta de motivación del personal, lo cual repercute en la eficiencia operativa y en la calidad del servicio.

Este plan de capacitación motivacional tiene como propósito mejorar el desempeño del personal

de la distribuidora Rosero, aumentando su motivación, productividad y compromiso a través de una estrategia de desarrollo integral del talento humano. La implementación de este plan busca profesionalizar el recurso humano, a través de evaluaciones operativas, estímulos no monetarios y un entorno laboral más positivo, que contribuirán a la sostenibilidad de la empresa.

12.4.MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Distribuidora Rosero ofrece ropa interior de calidad para hombres y mujeres en el cantón Quevedo, brindando atención personalizada y precios accesibles, con el compromiso de satisfacer las necesidades de comodidad, estilo y bienestar de nuestros clientes, contribuyendo al desarrollo local y al crecimiento sostenible de nuestro negocio.

Visión

Ser la distribuidora líder en ropa interior en Quevedo, reconocida por la calidad de nuestros productos, la confianza de nuestros clientes y la innovación en el servicio, consolidándonos como un negocio confiable que impulsa el bienestar y la satisfacción de la comunidad a través de una gestión eficiente y responsable.

12.5. Análisis FODA de la distribuidora

FORTALESAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relación con clientes. ✓ Atención personalizada. ✓ Especialización en un nicho. ✓ Relaciones con clientes frecuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento del comercio local ✓ Tendencia de ropa moderna y cómoda. ✓ Eventos locales o ferias ✓ Alianza con otras tiendas pequeñas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca visibilidad frente a tienda más grandes. ✓ Falta de presencia digital. ✓ Dependencia de pocos proveedores. ✓ Capacidad limitada de inventario. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia ✓ Cambios económicos del país. ✓ Clientes más exigentes. ✓ Variación estacional.

12.6. Diagnóstico Inicial

Herramientas utilizadas:

- Encuesta de clima laboral.
- Entrevistas individuales a trabajadores.

Principales hallazgos esperados:

- Bajo nivel de motivación o reconocimiento.
- Comunicación deficiente entre áreas.
- Falta de alineación entre metas individuales y objetivos de la empresa.

12.7. Contenido del Plan de Capacitación.

Módulo	Tema	Objetivo	Duración
1	Motivación personal y profesional	Identificar qué motiva a cada colaborador y cómo mantener la energía en el trabajo	4 horas
2	Trabajo en equipo y sentido de pertenencia	Mejorar relaciones entre compañeros y reforzar el orgullo de pertenecer a la distribuidora	4 horas
3	Comunicación efectiva y resolución de conflictos	Promover un clima organizacional saludable y productivo	4 horas
4	Liderazgo y actitud positiva	Fortalecer a líder como agente motivador	4 horas
5	Reconocimiento y logro de metas	Establecer metas claras y reconocer los logros individuales y colectivos	4 horas

➤ Metodología

- Talleres presenciales.
- Dinámicas grupales y juegos de roles.
- Charlas motivacionales con expertos.
- Actividades de integración (al aire libre o en espacios recreativos).

➤ Participantes

- Personal operativo
- Jefe del área.

➤ Recursos Necesarios

- Capacitadores especializados en motivación laboral.
- Salón para capacitaciones o espacio externo.
- Material de apoyo: presentaciones, hojas de trabajo.

➤ **Evaluación y Seguimiento**

Etapa	Herramienta	Frecuencia
Antes	Encuesta de clima laboral	1 vez (inicio)
Durante	Observación directa, listas de asistencia	Cada sesión
Después	Encuesta de satisfacción y evaluación de desempeño	1 vez (final)
Seguimiento	Comparación de resultados comerciales y del personal	Mensual

➤ **Indicadores de Éxito**

- Aumento del 10% en la productividad o ventas.
- Reducción del ausentismo y rotación.
- Mejora en el clima laboral.
- Mayor participación y compromiso en actividades internas.

➤ **Cronograma**

Semana	Actividad
Semana 1	Diagnóstico inicial
Semana 2	Módulo 1: Motivación personal
Semana 3	Módulo 2: Trabajo en equipo
Semana 4	Módulo 3: Comunicación efectiva
Semana 5	Módulo 4: Liderazgo
Semana 6	Módulo 5: Logro de metas
Semana 7	Actividad de integración
Semana 8	Evaluación y cierre

12.8. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

- ✓ Al tratarse de una empresa con estructura pequeña, cada miembro del equipo tiene un impacto directo en los resultados operativos y comerciales. Por tanto, invertir en su motivación, habilidades y compromiso es una estrategia fundamental para fortalecer el rendimiento general del negocio.
- ✓ Se identificó que el equipo presenta debilidades en áreas clave como atención al cliente, ventas, manejo de inventario y uso básico de tecnología. Esto limita su eficiencia y afecta la calidad del servicio ofrecido.
- ✓ Un personal capacitado, motivado y comprometido no solo trabaja con más eficiencia, sino que también transmite confianza al cliente, mejora la experiencia de compra y contribuye al posicionamiento de la marca en Quevedo.

13. IMPACTOS

Impacto social

La implementación del plan de capacitación motivacional en la distribuidora Rosero tendrá un impacto positivo en la comunidad local, al mejorar las condiciones laborales de los empleados. A medida que se fomente un ambiente de trabajo más motivado y comprometido, se reducirá la rotación de personal y se mejorará la calidad de vida de los colaboradores. Los trabajadores que se sienten valorados y capacitados son más propensos a tener un sentido de pertenencia, lo cual fortalecerá la cohesión social dentro de la empresa. Además, el aumento de la productividad permitirá a los empleados disfrutar de beneficios adicionales y una mejor estabilidad laboral.

Desde una perspectiva comunitaria, el éxito de la empresa también tiene repercusiones más amplias. Una distribuidora que ofrece productos de calidad y mantiene un ambiente de trabajo saludable se convierte en un referente para otras empresas en la zona. Este modelo podría influir en la mejora de las condiciones laborales y administrativas de otras organizaciones, contribuyendo al desarrollo económico local. Además, el mayor compromiso de la empresa con la formación continua y el bienestar de su equipo generará una cultura organizacional más inclusiva y responsable, beneficiando indirectamente a las familias de los empleados y a la sociedad en general.

Impacto ambiental

Si bien el impacto ambiental de este proyecto no es directamente relacionado con la actividad productiva de la distribuidora Rosero, se prevé que el mejoramiento de la gestión administrativa incluya un enfoque más sostenible en los procesos operativos. Por ejemplo, la optimización de los procesos logísticos puede llevar a una mejor gestión de los recursos, reduciendo el desperdicio de materiales y productos. Implementar un sistema eficiente de control de inventarios, con el respaldo de nuevas tecnologías, permitirá a la empresa minimizar el uso de recursos innecesarios, contribuyendo así a la reducción de la huella ambiental.

Además, en un futuro, la distribuidora podría incorporar prácticas más responsables, como la utilización de embalajes reciclables y la reducción de emisiones al mejorar su sistema de distribución. Estos pequeños cambios en las operaciones cotidianas, a medida que se implementen, permitirán a la empresa adoptar una estrategia de desarrollo sostenible, cumpliendo con normativas ambientales y mejorando su imagen ante los consumidores que

cada vez más valoran la responsabilidad ambiental de las empresas. Este enfoque puede motivar a otras pequeñas y medianas empresas a seguir el ejemplo, generando un efecto multiplicador en la región.

Impacto económico

El impacto económico del proyecto será significativo tanto para la distribuidora como para la comunidad. A través de la implementación de estrategias administrativas y un plan de capacitación que impulse la eficiencia operativa, la empresa podrá optimizar sus recursos y reducir costos, mejorando su rentabilidad. Al mejorar la calidad del servicio y la productividad del personal, se espera que aumenten las ventas y la fidelización de los clientes. Esta mayor competitividad en el mercado permitirá a la distribuidora Rosero consolidarse en su sector, con perspectivas de crecimiento sostenible a largo plazo.

Además, la capacitación y la mejora en la gestión administrativa impulsarán el desempeño del personal, lo que puede generar un aumento en los salarios y beneficios de los empleados. Esto no solo mejorará la calidad de vida de los colaboradores, sino que también fortalecerá la economía local, ya que los trabajadores tendrán más poder adquisitivo y podrán contribuir con un mayor consumo en la comunidad. La estabilidad económica de la empresa y sus empleados tendrá un efecto positivo en la región, estimulando la actividad económica y atrayendo potencialmente nuevas inversiones al área.

14. VALORACIÓN ECONÓMICA Y PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA DEL PROYECTO:

Ítem	Descripción	Costo unitario (USD)	Cantidad	Subtotal (USD)
1. Honorarios de facilitador externo	4 sesiones (2 por mes) sobre ventas, actitud, trabajo en equipo y servicio al cliente	\$40 por sesión	4	\$160
2. Materiales impresos y hojas guía	Manuales, formatos de evaluación, hojas de trabajo	\$2.50	8 empleados	\$20
3. Kits motivacionales por empleado	Incluye libreta, bolígrafo, pines o reconocimiento simbólico	\$5	8 empleados	\$40
4. Refrigerios por sesión	Agua, café, refrigerio ligero (para 8 personas × 4 sesiones)	\$1.50	32 porciones	\$48
7. Evaluación de impacto final	Formulario + análisis de resultados de mejora en rendimiento	-	-	\$10
TOTAL, ESTIMADO DEL PLAN				\$278 USD

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Actualmente, la empresa carece de un plan de capacitación formal orientado específicamente a la motivación del personal, lo que limita el desarrollo de habilidades blandas y el compromiso del equipo. La falta de espacios para la expresión, reconocimiento del trabajo y desarrollo personal podría estar afectando el clima laboral y la productividad.
- Se ha identificado una baja utilización de metodologías innovadoras de motivación laboral como coaching, o talleres vivenciales. Un plan de capacitación motivacional contribuiría significativamente a disminuir la rotación del personal y fortalecer la fidelización de colaboradores. A pesar de las carencias, la empresa reconoce que la motivación es un factor clave para mejorar resultados, servicio al cliente y eficiencia.
- Al implementar una estrategia sólida de capacitación motivacional, puede potenciar significativamente el rendimiento de su equipo humano, reducir la rotación, mejorar el clima organizacional y fortalecer su cultura empresarial. Esta inversión no solo beneficia al personal, sino que también se traduce en mejores resultados comerciales y fidelización del cliente.

Recomendaciones.

- Crear un cronograma estructurado con capacitaciones trimestrales orientadas al desarrollo personal, liderazgo, trabajo en equipo y gestión emocional. Incluir sesiones presenciales y facilitadores internos y externos.
- Realizar talleres vivenciales que impulsen la automotivación, la comunicación asertiva, la resolución de conflictos y la inteligencia emocional. Establecer un sistema mensual o trimestral de reconocimiento (empleado del mes, premios por desempeño, incentivos no económicos). Capacitar a los jefes de área en liderazgo inspirador, manejo de equipos, motivación por competencias y estilos de liderazgo positivo.
- Aplicar encuestas antes y después de cada taller para evaluar el grado de satisfacción, nivel de aprendizaje y cambios en el comportamiento laboral. Habilitar canales de retroalimentación donde los colaboradores puedan expresar sus necesidades y sugerencias respecto al ambiente laboral. Introducir plataformas interactivas y dinámicas de motivación como trivias, desafíos semanales y aplicaciones de bienestar laboral.

16. BIBLIOGRAFIA

- Aceituno, C., Silva, R., y Cruz, R. . (2020). *Mitos y realidades de la investigación científica*. . Cusco, Perú.
- Aguilar, V. (2020). Empresas familiares: estructura de capital y riqueza socioemocional. . *Investigación administrativa*, 49(125).
- Aldave, J., Montero, J., Neyra, L., & Ticse, D. (2020). *Plan estrategico para la mejora de la rentabilidad en Aguas San Mateo [Tesis de postgrado]*. Lima - Perú : Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams>.
- Alvarez, M. (2019). *Manual de planeacion estrategica*. Mexico: Panorama Editorial.
- Álvarez, M. (2019). *Manual de planeación estratégica* (Cuarta ed.). México: Panorama.
- Arias, F. (2021). *El proyecto de investigación (Introducción a la metodología científica)* (Sexta ed.). Venezuela: EPISTEME, C.A.
- Armijos, J., Narvaés, C., Ormaza, J., & Erazo, J. (2020). Herramientas de gestión financiera para las MIPYMES y organizaciones de la economía popular y solidaria. . *Revista Dominio de las ciencias*, 6(1), 466-497. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1156>.
- Baez, L. B. (2022). Marketing estratégico. Guía sobre la estrategia de marketing digital. .
- Balestrini, M. (2021). *Cómo Elaborar un Proyecto de Investigación*. Venezuela: Servicio Editorial.
- Becerra, J. L. (2023). El uso de la matriz BCG y su impacto en la gestión de operaciones de las empresas. . *Revista de Investigación Multidisciplinaria CTSCAFE*, 7(20), 10-10.
- Bernal, C. A. (2020). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Castro, R. M. (2019). Análisis de percepción sobre estrategias administrativas y el impacto en la productividad laboral. . *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 4(8).
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de Administración*. . Mc Graw Hill.
- Choco, E. O. (2019). Estrategias Administrativas y Financieras: herramientas clave para una gestión eficiente. . *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(1), 32-67.
- Contreras-Pacheco, O. P. (2021). ¿ Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación?. In Proceedings INNODOCT/20. . *International Conference on Innovation, Documentation and Educatio*.
- Córdov, C., Calle, A., & Saavedra, L. (2020). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa avícola san Jorge EIRL, Jaén–2018*. Lima - Perú: USS.
- Cruz, D., & Díaz, R. (2021). *Diseño de estrategias de motivación laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Caja Sullana SA, en el distrito de Olmos, 2019*. Lima - Perú : Universidad Sipán .
- Drucker, P. (2019). *La gerencia de empresas. 3ra Edicion* . Sudamericana.
- Drucker, P. (2021). *La importancia de la planeación* (Segunda ed.). Masachuset: Pearson Education.
- Fernández, J. (2022). Misión, visión y valores del método CeMA: Comprender, enunciar, Memorizar y Aplicar. *Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas*.
- Garcia. (2023). *Matriz bcg: estrategia comercial enfocada al crecimiento empresarial de Bansur Tropical Company SA post covid*.
- García-Fernández, M. (2020). ¿ Puede la gestión del conocimiento influir en los resultados empresariales?. . *Cuadernos de gestión*, 13(1), 151-176.
- González, A. (2020). *Plan estratégico de negocios*. México D.F: Grupo Editorial Patria.
- Guaranda, N. (2021). *Modelo de gestión para el alineamiento de estrategias corporativas en pymes mediante las tecnologías de la información y comunicación (Bachelor's thesis)*.

- Universidad Politecnica Salesiana .
- Guillin Llanos, X. M. (2022). Gestión administrativa de la unidad nacional de almacenamiento. Cantón Quevedo, provincia Los Ríos. . *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 333-338.
- Gutiérrez, D., & Ludeña, G. (2021). Planificación estratégica para la compañía de taxi ejecutivo sur amigo express suramex. (*Tesis de ingeniería*). Repositorio Digital, Loja.
- Gutierrez, H. (2018). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Bogota - Colombia: Ediciones de la U.
- Hernandez, M. (2019). *Investigacion Documental* . Obtenido de <https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Herrera-Sánchez, M. (2021). Estrategias de gestión administrativa para el desarrollo sostenible de emprendimientos en La Concordia. . *Journal of Economic and Social Science Research*, 1(4), 56-69.
- Huerta, P. L. (2020). Análisis de la relación entre la diversificación y los resultados empresariales: una revisión teórica. . *Análisis económico*, 22(49), 133-148.
- Jama, V. (2019). Importancia de la planeación estratégica en empresas en el siglo XXI. *FIPCAEC*, 35-57. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/37/37>
- Jaramillo, C. (2022). Los indicadores de gestión. España.
- Loguzzo, F. (2019). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*. Quito - Ecuador .
- Lugo, J. (2023). *Las encuestas en la investigacion de mercado*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- Madrigal, M. (2021). Sistemas de control de gestión y de medición del desempeño: conceptos básicos como marco para la investigación. . *Ciencia y sociedad*, 42(1), 115-128.
- Malquín, D. P. (2022). Estrategias financieras en tiempo de crisis para las PYMES de la ciudad de Tulcán. . *Universidad y Sociedad*, 14(S2), 268-276.
- Manchola, I. (2020). Los estilos de dirección y liderazgo: Propuesta de un modelo de caracterización y análisis. *Pensamiento y gestión*, (25), 1-39.
- Martínez, H. (2019). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Cengage Learning.
- Masacon, M. R. (2021). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. . *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 311-333.
- Méndez, R., & Sandoval, F. (2021). *Investigación (Fundamentos y metodología)* (Segunda ed.). México: Pearson Educación.
- Mendoza, V. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *FIDCAEC*, 608-620. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/414/736>
- Michay-Pinta, L.-L. F. (2023). Matriz BCG para Potenciar la Competitividad del Sector No Tradicional Durante Períodos de Crisis Internacionales. . *Economía y Negocios*, 14(2), 132-147.
- Milagros Ruiz Barroeta . (2022). *MAtriz y analisis EFE*. <https://milagrosruizbarroeta.com/>.
- Monroy, M., & Nava, N. (2020). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Grupo editorial Éxodo.
- Morán, A. M. (2020). Procesos administrativos para restaurantes de comida típica en la provincia de los ríos. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(1), 21-28.
- Morán, A. M. (2021). Diseño organizacional para mejorar el desempeño laboral en la Agencia Vélez Carriel Quevedo. *Universidad y Sociedad*, 13(S3), 319-325.
- Mori, X. (2019). *Las estrategias empresariales y la gestión administrativa del área de sistemas en la empresa Entel SA, San Isidro, 2019*. Lima - Perú : Universidad Cesar Vallejo .
- Muñoz, G. (2019). *El cuestionario como instrumento de investigación/ evaluación*. Obtenido de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf

- Ortiz, L. E. (2021). Proceso administrativo y sostenibilidad empresarial del sector hotelero de la parroquia Crucita, Manabí-Ecuador. *Revista de Ciencias sociales*, 27(2), 367-385.
- Pautt, G. (2021). Liderazgo y dirección: dos conceptos distintos con resultados diferentes. . *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 19(1), 213-228.
- Pinta, L. K. (2023). Matriz bcg para potenciar la competitividad del sector no tradicional durante períodos de crisis internacionales.
- Plaza, V. (27 de Agosto de 2019). *¿Cual es la importancia de la planeación estratégica?* Obtenido de Universidad Continental: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/cuales-la-importancia-del-planeamiento-estrategico#:~:text=El%20planeamiento%20estrat%C3%A9gico%20es%20un,objetivos%20sin%20un%20plan%20definido>.
- Quero, L. (2020). Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo. . *Negotium*, 4(10), 36-49.
- Robles, D. (2020). *El Plan de Marketing en la empresa*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm#:~:text=El%20plan%20de%20marketing%20es,para%20alcanzar%20los%20objetivos%20marcados>.
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*.
- Sanchez, J. M. (2019). *Elaboración del plan estrategico*. México D. F: ECO3 Colecciones.
- Sarli, A., Gonzales, S., & Ayres, N. (2019). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 9(1), 17-20.
- Sellas Güell, T. M. (2021). *El branded podcast como estrategia corporativa y de marca: sentido de pertenencia, pedagogía social y posicionamiento*.
- Tamayo, M. (2021). *El proceso de la investigación científica* (Quinta ed.). México: Limusa.
- Torres, A. (2019). *Analisis FODA*. México D. F : UNAM.
- Ulcuango, C. (2023). Estrategias administrativas en las empresas en tiempo postpandemia. Una revisión. . *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*. ISSN 2737-6354., 6(12), 316-331.
- Valencia, J. R. (2020). *Como aplicar la planeacion estrategica a la pequeña y mediana empresa*. Mexico: International Thomson Editores. S.A.
- Valle, R. (2019). Innovación, aprendizaje organizativo y resultados empresariales: un estudio empírico. . *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (29), 31-55.
- Vera, A. (2019). *Metodología de la investigación*. Sevilla: Athenaica Ediciones Universitarias.