

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Diseño de un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa
ÓPTICA NEW YORK en la ciudad de Portoviejo

AUTORA:

ALEJANDRA MARÍA TAMAYO PIN

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

ING. RICARDO QUIIJE ANCHUNDIA

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

2024

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

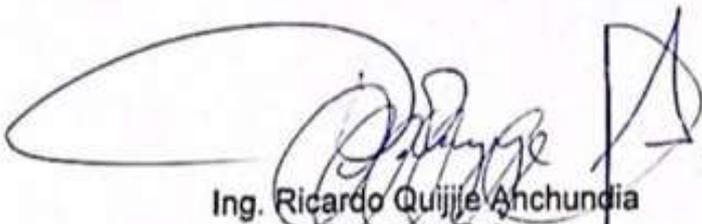
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Tamayo Pin Alejandra María, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es **"DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ANALIZAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA OPTICA NEW YORK EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22 de Julio de 2024.

Lo certifico,



Ing. Ricardo Quijije Anchundia
Docente Tutor

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el Informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

CERTIFICADO DE COMPILATIO



ALEJANDRA TAMAYO COMPILATIO

6%
Textos
sospechosos



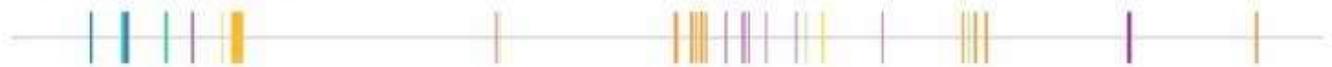
5% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
D% entre las fuentes
mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ALEJANDRA TAMAYO COMPILATIO.docx
ID del documento: cf9f7c08672329737b10f86db8e0d113a4cd6a1c
Tamaño del documento original: 2,11 MB

Depositante: Diómedes Quijiye Anchundia
Fecha de depósito: 22/7/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 22/7/2024

Número de palabras: 13.594
Número de caracteres: 93.503

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5802887.pdf	2%		Palabras idénticas: 2% (262 palabras)
2	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8418529.pdf 2 fuentes similares.	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (145 palabras)
3	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN - LOOR VELASQUEZ ANGIE - 2013-2.docx #a12d07 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (49 palabras)
4	Documento de otro usuario #7fd5f El documento proviene de otro grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (55 palabras)
5	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN 1.docx PROYECTO DE INVESTIGACIÓN 1 #807be El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (48 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #0c3f02 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
2	expeditiorepositorio.utadeo.edu.co https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/25309/Plan de Capacitac...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
3	Documento de otro usuario #23b2a0 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	www.xamai.com La importancia del control administrativo en tu empresa https://www.xamai.com/blog/importancia-del-control-administrativo/ -text=Analicemos a detalle cu...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
5	CLIMA ORGANIZACIONAL Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA GAR... #0a0c9d El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)

DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo, TAMAYO PIN ALEJANDRA MARIA, con cédula de identidad N°1316227386, declaro que el presente trabajo de titulación: "DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ANALIZAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA ÓPTICA NEW YORK EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO" cumple con los requerimientos que la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Carrera de Administración de Empresa sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de esta.



Alejandra María Tamayo Pin

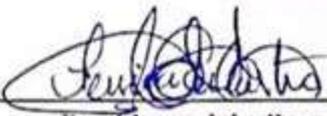
CI:1316227386

E-mail: mariatamayo2001@gmail.com

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado da la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema : **“Diseño de un Plan Estratégico Para Analizar la Gestión Administrativa de la Empresa Óptica NEW YORK en la Ciudad de Portoviejo”**, elaborado por la egresada Tamayo Pin Alejandra María, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

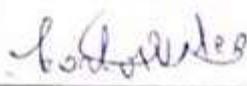
Por constancias firman:



Presidenta del tribunal
Ing. Guadamud Jessica



Miembro del tribunal
Ing. Alba Cáceres



Miembro tribunal
Ing. Vélez Carlos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza y la sabiduría necesarias para completar este proyecto. Sin Su guía, nada de esto habría sido posible.

A mis padres, Ulises Tamayo y Brígida Pin, les estoy eternamente agradecido por su amor incondicional y su apoyo inquebrantable. Gracias por estar siempre a mi lado y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

A mi abuela Elvia, quien ahora descansa en el cielo, le dedico este logro con todo mi amor. Abuela, siempre te llevo en mi corazón y te quiero muchísimo. Tu fortaleza y sabiduría siguen siendo una inspiración en mi vida.

A mi amigo Lemos, Wendy y otros compañeros gracias por su amistad y apoyo constante durante todo este proceso. Gracias por estar siempre dispuestos a ayudar y por ser una fuente de ánimo y motivación.

A la señora Lucia por la generosidad y amabilidad al permitirme realizar mi investigación en su óptica, su apoyo fue invaluable para la culminación de este proyecto

Finalmente, a mi tutor Ricardo Quijije, por su orientación y paciencia. Su dedicación y su confianza en mis capacidades han sido esenciales para la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

Mi presente investigación va dedicado a mis padres, mi mamá quien estuvo hay siempre apoyándome en mis estudios, mi papá el que se lleva el todo el crédito, gracias a él estoy donde estoy, mi abuela que estuvo en cada paso que di hasta sus últimos alientos mi ser más amado en la tierra, y sobre todo a una persona muy especial que me enseñó que la vida no es un cuento de hada que no siempre las cosas serán a nuestra manera, pero hay que bailar al son de la vida.

Tamayo Pin Alejandra María

INDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	2
CERTIFICADO DE COMPILATIO	3
DECLARACIÓN DE AUDITORIA	4
APROBACIÓN DEL TRABAJO	5
AGRADECIMIENTO	6
DEDICATORIA	7
INTRODUCCIÓN	17
1. PERSPECTIVA TEÓRICA	18
1.1. ANTECEDENTES	18
1.2. BASES TEÓRICAS	25
<i>1.2.1. Plan estratégico</i>	25
<i>1.2.2. Dimensiones del plan estratégico</i>	27
1.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	39
<i>1.3.1. Dimensiones de la gestión administrativa</i>	40
2. METODOLOGÍA	43
2.1. DISEÑO TEÓRICO	43
<i>2.1.1. Planteamiento del problema</i>	43
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	44
<i>2.2.1. Problema general</i>	44
<i>2.2.2. Problemas específicos</i>	44
2.3. OBJETO Y CAMPO DE ACCIÓN	44
2.4. OBJETIVOS	45
<i>2.4.1. Objetivo general</i>	45
<i>2.4.2. Objetivos específicos</i>	45
2.5. HIPÓTESIS	45
<i>2.5.1. Hipótesis general</i>	45

2.5.2. <i>Hipótesis específicas</i>	45
2.6 DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES	46
2.6.2 <i>Variable Independiente</i>	46
2.6.3. <i>Variable dependiente</i>	47
2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	48
2.8. DISEÑO METODOLÓGICO.....	50
2.8.3. <i>Alcance</i>	50
2.8.2. <i>Enfoque</i>	50
2.8.3. <i>Diseño</i>	51
2.8.4. <i>Población y muestra</i>	51
2.8.5. <i>Instrumentos y recolección de datos</i>	52
CAPITULO III	53
3. DIAGNÓSTICO	53
3.1. ANÁLISIS DE FIABILIDAD.....	53
TABLA 1 ANÁLISIS DE FIABILIDAD	53
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE	54
TABLA 2 ANÁLISIS ESTADÍSTICOS VARIABLE INDEPENDIENTE PLAN ESTRATÉGICO	54
TABLA 3 ANÁLISIS ESTADÍSTICOS VARIABLE DEPENDIENTEMENTE GESTIÓN ADMINISTRATIVA	54
3.3. RESULTADOS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE PLAN ESTRATÉGICO	54
TABLA 4 PLAN ESTRATÉGICO	54
ILUSTRACIÓN 1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS	55
3.3.1. <i>Análisis Resultados de la variable independiente Plan Estratégico</i>	55
3.4. DIMENSIÓN: FILOSOFÍA CORPORATIVA	56
TABLA 5 FILOSOFÍA CORPORATIVA	56
TABLA 6	56

ILUSTRACIÓN 2	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	56
3.4.1.	<i>Análisis</i>	57
3.5.	DIMENSIÓN: ANÁLISIS INTERNO	57
TABLA 7	ANÁLISIS INTERNO	57
ILUSTRACIÓN 3	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	58
3.5.1.	<i>Análisis</i>	58
3.6.	DIMENSIÓN: ANÁLISIS EXTERNO	58
TABLA 8	ANÁLISIS EXTERNO	58
ILUSTRACIÓN 4	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	59
3.6.1.	<i>Análisis</i>	59
3.7.	RESULTADOS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE GESTIÓN ADMINISTRATIVA	60
TABLA 9	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	60
ILUSTRACIÓN 5	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	60
3.7.1.	<i>Análisis</i>	61
3.8.	DIMENSIÓN: PLANIFICACIÓN	61
TABLA 10	PLANIFICACIÓN	61
ILUSTRACIÓN 6	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	62
3.8.1.	<i>ANÁLISIS</i>	62
3.9.	DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN	62
TABLA 11	ORGANIZACIÓN	62
ILUSTRACIÓN 7	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	63
3.9.1.	<i>Análisis</i>	63
3.10.	DIMENSIÓN: DIRECCIÓN	64
TABLA 12	DIRECCIÓN	64
ILUSTRACIÓN 8	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	65

ELABORADO POR ALEJANDRA TAMAYO	65
3.10.1. <i>Análisis</i>	65
3.11. DIMENSIÓN: CONTROL	65
TABLA 13 CONTROL	65
ILUSTRACIÓN 9 RESULTADOS ESTADÍSTICOS	66
ELABORADO POR ALEJANDRA TAMAYO	66
3.11.1. <i>Análisis</i>	66
3.12. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	67
3.12.1. <i>Hipótesis General</i>	67
TABLA 14 CORRELACIONES DE LA VARIABLE X: PLAN ESTRATÉGICO. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	67
3.12.2. <i>Hipótesis Específica 1</i>	67
TABLA 15 CORRELACIONES DE LA DIMENSIÓN: FILOSOFÍA CORPORATIVA. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	68
3.12.3. <i>Hipótesis Específica 2</i>	68
TABLA 16 CORRELACIONES DE LA DIMENSIÓN: ANÁLISIS INTERNO. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	69
3.12.4. <i>Hipótesis Específica 3</i>	69
TABLA 17 CORRELACIONES DE LA DIMENSIÓN: ANÁLISIS EXTERNOS. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	70
CAPITULO IV	71
4. DISEÑO DE PROPUESTA	71
4.1. TITULO	71
4.2. <i>Objetivo general</i>	72
4.3. <i>Marco teórico</i>	73
4.5. <i>Antecedentes</i>	73
4.6. <i>Diseño del programa de capacitación</i>	74

4.7. Metodología de implementación.....	75
4.7.1. Plan de implementación.....	76
TABLA 18 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	76
4.7.2. Evaluación del programa.....	77
4.7.3. Impacto esperado.	77
CONCLUSIÓN	78
RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	81
ANEXOS	86

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	49
TABLA 2	ANÁLISIS DE FIABILIDAD.....	53
TABLA 3	ANÁLISIS ESTADÍSTICOS VARIABLE INDEPENDIENTE PLAN ESTRATÉGICO.....	54
TABLA 4	ANÁLISIS ESTADÍSTICOS VARIABLE DEPENDIENTEMENTE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	54
TABLA 5	PLAN ESTRATÉGICO.....	54
TABLA 6	FILOSOFÍA CORPORATIVA.....	56
TABLA 7	ANÁLISIS INTERNO	57
TABLA 8	ANÁLISIS EXTERNO	58
TABLA 9	GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	60
TABLA 10	PLANIFICACIÓN.....	61
TABLA 11	ORGANIZACIÓN.....	62
TABLA 12	DIRECCIÓN	64
TABLA 13	CONTROL	65
TABLA 14	CORRELACIONES DE LA VARIABLE X: PLAN ESTRATÉGICO. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	67
TABLA 16	CORRELACIONES DE LA DIMENSIÓN: ANÁLISIS INTERNO. Y LA	
TABLA 17	CORRELACIONES DE LA DIMENSIÓN: ANÁLISIS EXTERNOS. Y LA VARIABLE Y: GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	70
TABLA 18	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	76

INDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	55
ILUSTRACIÓN 2	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	56
ILUSTRACIÓN 3	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	58
ILUSTRACIÓN 4	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	59
ILUSTRACIÓN 5	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	60
ILUSTRACIÓN 6	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	62
ILUSTRACIÓN 7	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	63
ILUSTRACIÓN 8	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	65
ILUSTRACIÓN 9	RESULTADOS ESTADÍSTICOS	66

Resumen

La investigación titulada “Diseño de un Plan Estratégico para Analizar la Gestión Administrativa de la Empresa Óptica New York en la Ciudad de Portoviejo” tuvo como objetivo diseñar un plan estratégico para analizar y mejorar la gestión administrativa de la empresa. Esta óptica enfrentaba diversos desafíos en su gestión administrativa que podían afectar su rentabilidad en el mercado. Sin embargo, a pesar de estos problemas, se encontró que la entidad tenía una buena gestión en cuanto a los procesos internos de la óptica. La investigación utilizó una metodología cuantitativa y cualitativa, con un diseño no experimental y un alcance descriptivo. Para la obtención de datos, se realizaron encuestas de 21 preguntas basadas en la escala de Likert, tomando como muestra el universo o población total del estudio, compuesto por 9 personas: 2 recepcionistas, 5 ayudantes, la gerente y la optometrista. Como resultados, se determinó que los empleados de la óptica tenían conocimiento sobre las funciones y objetivos de la entidad. Aunque una minoría aún se encontraba en un estado neutral, se propuso la implementación de capacitación para optimizar los procesos, recursos y fortalecer la posición en el mercado. En conclusión, la implementación de una buena capacitación permitirá que la Óptica New York mejore su gestión administrativa, aumentar su competitividad y asegurar su sostenibilidad en el mercado.

Palabras claves: Plan Estratégico, Gestión Administrativa, Rentabilidad, Capacitaciones, Competitividad.

ABSTRACT

The research titled “Design of a Strategic Plan to Analyze the Administrative Management of the New York Optical Company in the City of Portoviejo” had the objective of designing a strategic plan to analyze and improve the administrative management of the company. This optician faced various challenges in its administrative management that could affect its profitability in the market. However, despite these problems, it was found that the entity had good management regarding the internal processes of the optician. The research used a quantitative and qualitative methodology, with a non-experimental design and a descriptive scope. To obtain data, surveys with 21 questions based on the Likert scale were carried out, taking as a sample the universe or total population of the study, made up of 9 people: 2 receptionists, 5 assistants, the manager and the optometrist. As a result, it was determined that the employees of the optician had knowledge about the functions and objectives of the entity. Although a minority was still in a neutral state, the implementation of training was proposed to optimize processes, resources and strengthen the position in the market. In conclusion, the implementation of good training allowed Óptica New York to improve its administrative management, increase its competitiveness and ensure its sustainability in the market.

Keywords: Strategic Plan, Administrative Management, Profitability, Training, Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa empresarial es un componente crucial para el funcionamiento eficiente y sostenible en el mercado global actual (Baque y Hidalgo, 2023). Datos recientes revelan que, en Ecuador, específicamente en la provincia de Manabí, el sector de ópticas ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con un aumento en el número de establecimientos dedicados a esta actividad (Manobanda, 2023). A pesar de este crecimiento, se observan diversos problemas en la gestión administrativa de estas ópticas, como la falta de estrategias, procesos ineficientes y una gestión de recursos subóptima (Pineda, 2020). El objetivo del proyecto de investigación fue diseñar un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo, La óptica New York en la ciudad de Portoviejo fue un ejemplo representativo de esta situación, enfrentando desafíos en su gestión administrativa que afectaban su competitividad y rentabilidad en el mercado, donde era evidente la necesidad de implementar un plan estratégico que permitiera analizar y mejorar la gestión administrativa de esta empresa, identificando áreas de oportunidad, optimizando procesos y recursos, y fortaleciendo su posición en el sector óptico de la región. En este contexto, este proyecto de investigación tuvo como objetivo diseñar un Plan Estratégico para analizar y mejorar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo. El diseño de este plan se fundamentó en una perspectiva teórica sólida representada en el capítulo I, el marco teórico detallado en el Capítulo II que abordó los principales conceptos y enfoques de gestión estratégica y administrativa, posteriormente el marco metodológico explicado en el capítulo III, y la presentación de resultados en el capítulo IV, estructura metodológica que permitió la orientación y elaboración de una propuesta de solución, concluyendo finalmente con las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO 1

1. PERSPECTIVA TEÓRICA

1.1. Antecedentes

Es importante que cada uno de los estudios tengan sustento en su información, es por ello por lo que la revisión bibliográfica de diferentes fuentes primarias es un eje fundamental para la adquisición de objetivos estratégicos en la investigación, como parte de ello en el presente estudio se obtuvo como antecedentes investigativos los siguientes estudios:

Castillo y Banguera (2018) en su artículo titulado *“Plan Estratégico de la Empresa Decor Muebles”* tuvo objetivo fue demostrar la necesidad de las empresas de contar con un plan operativo, o una planificación estratégica como el medio que les permite ser exitosas en el mundo del mercado comercial, debido que la organización presento como problemática un bajo nivel en la gestión administrativa provocando una deficiencia en la rentabilidad, bajo clima organizacional, inadecuado ambiente laboral, entre otros factores negativos, causando no conformidades, siendo una de las principales inadecuado proceso administrativo y mala gestión en las herramientas de calidad de servicios como en sus estrategias y objetivos organizacionales. La investigación se ejecutó a través de un estudio de tipo descriptiva-analítica, con enfoque cualitativo, basándose como instrumento de recolección de datos la investigación bibliográfica, asimismo, se plasmó como herramienta para la ejecución de la investigación las matrices de factores externos e internos orientadas a un enfoque exploratorio y analítico, las cuales se basan en detectar los factores críticos que modifican el camino de la organización. Como conclusión se pudo determinar la carencia de conocimiento de la importancia de

una planificación estratégica para la empresa que le ayude sobre el direccionamiento de esta.

Asimismo, Rivas y Londoño (2017), en sus artículo científico titulado “*Revisión del tema de sinergias corporativas: origen, resultados y beneficiarios*”, tuvo como objetivo revisar los diferentes temas que aborda la sinergia como resultado en la etapa de adquisición e integración administrativo de las empresas, además de fomentar relevancia en la toma de decisiones y en los procesos continuos de la administración estratégica, ejecutándose en un enfoque cualitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo – analítico, presentando como técnica de recolección de datos la revisión bibliográfica y el estudio de campo, presentando como principal resultado que la sinergia está encaminada en la capacidad que una empresa u organización genera mayor valor económico dependiendo de cada estratégica y objetivo del negocio de manera independiente, sin tomar en cuenta los retos y desafíos de la empresa. Como conclusión la estrategia en el nivel corporativo estudia la conformación del portafolio de negocios y su administración conjunta. Esta última se enfoca en las maneras como se crea valor, es decir, en las formas de materializar sinergias potenciales.

Por otro lado, en la tesis de Olaechea (2020), denominado “*Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa en la microempresa Corporación de Gas E.I.R.E.L 2020*”, presento como objetivo proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa en la microempresa, propiciando un marco metodológico orientado a un enfoque mixto, es decir que sus datos están encaminados de forma cuantitativa y cualitativa, con la finalidad de orientar a la generación de datos verídicos y oportunos. Adicional a ello, el alcance ejecutado fue descriptivo y analítico, debido que se va a describir cada una de sus variables, y como están actúan en el entorno empresarial, con un diseño no experimental, siendo instrumento de recolección de datos la entrevista y la

encuesta, teniendo como población objetivo un total de 8 trabajadores. Tras la ejecución de los instrumentos de recolección de datos se obtuvo como resultado que 62,5% de los encuestados se sienten a gusto trabajando en equipo, debido a la diferencia de opiniones y criterios se genera como debilidad la falta de compañerismo y comunicación en el trabajo. Adicional a ello el 75% de ellos presentan confianza con su jefe, generando buenos resultados, compromiso y motivación laboral, mientras que el 62,5% de los trabajadores no están satisfecho con el horario de trabajo, generando en ellos falta de proactividad. En conclusión, la empresa debe diagnosticar la situación actual de la gestión administrativa, con la finalidad de conocer sus factores positivos como negativos para propiciar diversos planes estratégicos para mejorar la competitividad y proponer métodos de calidad de servicios.

González y Marulanda (2017) en su artículo titulado *“Objetivos y decisiones estratégicas operacionales como apoyo al lean manufacturing”*, cuyo propósito fue identificar los mecanismos de enlace entre las diversas herramientas del lean manufacturing con las estrategias de siete organizaciones del sector textil en Colombia ubicación Valle de Aburra, la investigación estuvo ligado a un marco metodológico de carácter cuantitativo, alcance descriptivo-correlacional, y un diseño no experimental empleando como instrumento de recolección de datos la estadística inferencial, entre los principales resultado se evidenciaron que el 84% de los miembros de las distintas organizaciones, mostraron factibilidad con la implementación del uso de las herramientas del lean manufacturing, con la finalidad de solventar y cuidar la imagen empresarial, sin embargo el 28,57% de las organizaciones no carecen de conocimientos de estas herramientas, causando debilidades para el diseño de un plan estratégico como ventaja competitiva en el mercado. Como conclusión se reveló correlaciones estadísticamente significativas entre ambas variables, se destacan las correlaciones positivas entre los

objetivos y decisiones estratégicas, asimismo, la optimización de los recursos organizacionales a partir de la adopción de lean manufacturing se construye desde la estrategia operacional, involucrando a todos los colaboradores de los diferentes niveles jerárquicos de la organización.

Algo semejante, ocurre en la tesis de Bolívar (2022), en su tesis *“Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa en la empresa Agroindustrias WARSA S.A.”*, cuyo objetivo fue diseñar un plan estratégico que aporte a la calidad de servicios de la empresa y a la eficiencia de sus procesos administrativos, enlazados a la fundamentación de diversas teorías, diagnóstico situacional de la organización, determinación del costo – beneficio de plan y la diversificación de los diversos factores internos y externos del negocio, ejecutando un estudio no experimental de diseño transversal y alcance descriptivo, utilizando como método el deductivo e inductivo, además del cuestionario abarcando la población objetivo de 25 personas de la empresa. Como resultados se evidenciaron que el 56% de los encuestados no conocen sobre la estructura organizativa de la empresa, generando desconformidades en los procesos administrativos y sobre todo en la toma de decisiones ante mecanismos de solución, mientras que 44% restante de las personas encuestadas señalo que si la conocen. Como conclusión se revelo que el plan estratégico permite fomentar una cultura de cambio y de ventajas competitivas, inculcando cambios en la cadena de valor y sobre todo identificando los factores críticos tanto positivos y negativos de la empresa.

De la misma forma Orellana (2022) en su tesis titulada *“Diseño de plan estratégico para mejorar la gestión financiera de SUPERALICLOR CIA.LTDA periodo 2021 – 2025 en la ciudad de Santo Domingo”*, cuyo objetivo fue diseñar un plan estratégico a fin de mejorar la gestión de financiera interna de la empresa, fomentado un marco metodológico con enfoque de carácter cualitativo y cuantitativo, diseño no

experimental y alcance descriptivo – explicativo, utilizando como instrumento de recolección de datos una investigación de campo y documental, extrayendo como muestra un total de 12 personas, quien se le aplico un cuestionario a dichas personas. Como principal resultado se obtuvo que la empresa presenta una deficiencia en la carencia de estrategias y minimización de herramientas de calidad de servicios, además el 61% de ellos conocen el reglamento interno de la organización, mientras que el 50% no conocen la ejecución de una correcta planificación estratégica. Como conclusión para la generación de la propuesta se realizó el diagnostico estratégico elaborando un análisis del macro y microentorno, donde se encontró debilidades como: deficiencia de una filosofía empresarial y objetivos sólidos, necesidad de crear estrategias que promuevan de manera óptima sus recursos, su infraestructura, su forma de expansión en el mercado y manejo de toma de decisiones financieras.

Algo semejante ocurre en el artículo científico de Somohano, et al., (2018) denominado *“El efecto de la innovación en el resultado empresarial durante la recesión económica. Una aplicación a la industria de la automoción”*, presento como objetivo profundizar el efecto de la competencia en la innovación y el resultado, aplicando un análisis económico, además de una metodología de carácter cuantitativo y cualitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo – analítico. Se estableció como instrumento de recolección de datos la recesión económica de 2008 para reducir el efecto del desfase del rendimiento de la innovación. La muestra incluyó un total de 920 empresas (81% pymes y 19% grandes empresas), tras la ejecución del instrumento se obtuvo como principal resultado que las empresas que no innovan generan no conformidades y por su puesto altera la planificación estratégica, como conclusión una empresa deben estar en constante innovación para el acceder a unas infinidades de estrategias e indicadores para un frutífero éxito.

De igual forma, en la revista científica de Delgado, et al., (2022), en su artículo denominado “*La planificación estratégica como herramienta clave para el desarrollo de las microempresas*”, la cual tuvo como objetivo conocer como la planificación estratégica ayuda a fomentar una mejora de continua en cada uno de los departamentos de las empresas, enlazada al cumplimiento de los procesos administrativos y al cuidado de las ventajas diferenciadoras de cada una de las microempresas. Solventándose en una metodología de carácter cualitativo, diseño bibliográfico, alcance descriptivo y técnicas como la bibliografía y análisis, abarcando el uso sistemático de herramientas como son los textos, documentos, artículos científicos, revistas científicas, entre otra fuente primaria. Como resultado se destacó que la planeación es una tarea fundamental en el camino hacia el éxito; si bien los buenos planes son esenciales, no son suficientes para lograr los resultados que con eficacia y eficiencia conduzcan a lo que se desea y se propone obtener. El camino hacia el éxito inicia en identificar lo que se desea, y con ello fijar con claridad los propósitos que se pretenden. En conclusión, la mayoría de las microempresas, son dirigidas por su dueño, la formación de este líder de las microempresas va muy relacionada con la capacidad de aplicar la planificación estratégica ya que aquel establece sus lineamientos en base a su experiencia. Sin embargo, por lo general, la planificación estratégica no involucra a los trabajadores en los objetivos de la microempresa, perdiéndose el compromiso de la fuerza laboral hacia el trabajo.

Así mismo, (Infante & Herrera, 2019) en su investigación se denominó “Diseño de plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Radial Genial” cuyo objetivo fue proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la empresa Radial Genial – Bambamarca 2016. El estudio es de tipo cuantitativo, puesto que el estudio es generalizado más que profundo. El diseño de la investigación es no experimental, el nivel de investigación es descriptiva-transversal, la población de estudio

es de 8 colaboradores de la empresa Radial Genial – Bambamarca., sus dimensiones de variable de gestión administrativa fueron: planificación, organización dirección y control. En conclusión, la empresa Radial no tiene un plan estratégico y por ende la gestión administrativa es baja

Por otro lado, Suarez (2022), en su tesis denominada *“Planificación estratégica para el continuo crecimiento de la empresa Agroindustrial Ledesma, mediante la diversificación en calzados sustentable”*, tuvo como objetivo posibilitar un constante crecimiento a través de la herramienta del plan estratégico encaminado a la ejecución de estrategias y objetivos estratégicos, ejecutándose a través de un marco metodológico de carácter cualitativo, diseño no experimental, y alcance descriptivo – explicativo, como principal resultado se evidencio que la empresa no cuenta con una excelente planificación estratégica debido a la falta de desconociendo y de profesionales altamente competentes, además las herramientas claves que permitieron establecer e identificar parámetro claves de la empresa fueron: el análisis macro entorno conformado por la matriz PESTEL, análisis micro entorno enlazado a las 5 fuerzas de Porter, la cadena de valor, mapa estratégico y desarrollo tecnológico. Como conclusión el autor propuso el diseño de un plan estratégico con el objetivo de mitigar la son conformidades de la empresa y fomentar una cultura de cambio no solo de manera interno y sino de manera externa, estableciendo como estrategias la diversificación, adaptación, compromiso y diferentes rubros de la administración y vida empresarial.

De igual forma (Pilay, 2019), en su tesis de investigación titulada *“Plan estratégico para la competitividad de RIPSA Empresa de Ingeniería y Proyectos, en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena”* tiene como objetivo diseño de un plan estratégico que permita fortalecer la competitividad de RIPSA – Empresa de Ingeniería y

Proyectos; El método de investigación es descriptivo con la finalidad de realizar un análisis situacional de la organización, también es cuantitativo porque mediante los instrumentos de investigación se obtuvo información para el procesamiento numérico y estadístico y su posterior interpretación acerca de planeación estratégica como parte de la gestión empresarial en RIPSA. De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas se determinó la importancia de implementar una planificación estratégica sólida que permita mejorar el desempeño organizacional, y por lo tanto alcanzar la efectividad administrativa, mediante la aplicación de estrategias sostenibles a largo plazo. El resultado generado de esta evaluación organizacional fue el fundamento para diseñar los objetivos estratégicos, planear programas y determinar el plan operativo para el año 2019, adaptable a cambio según el comportamiento del mercado local.

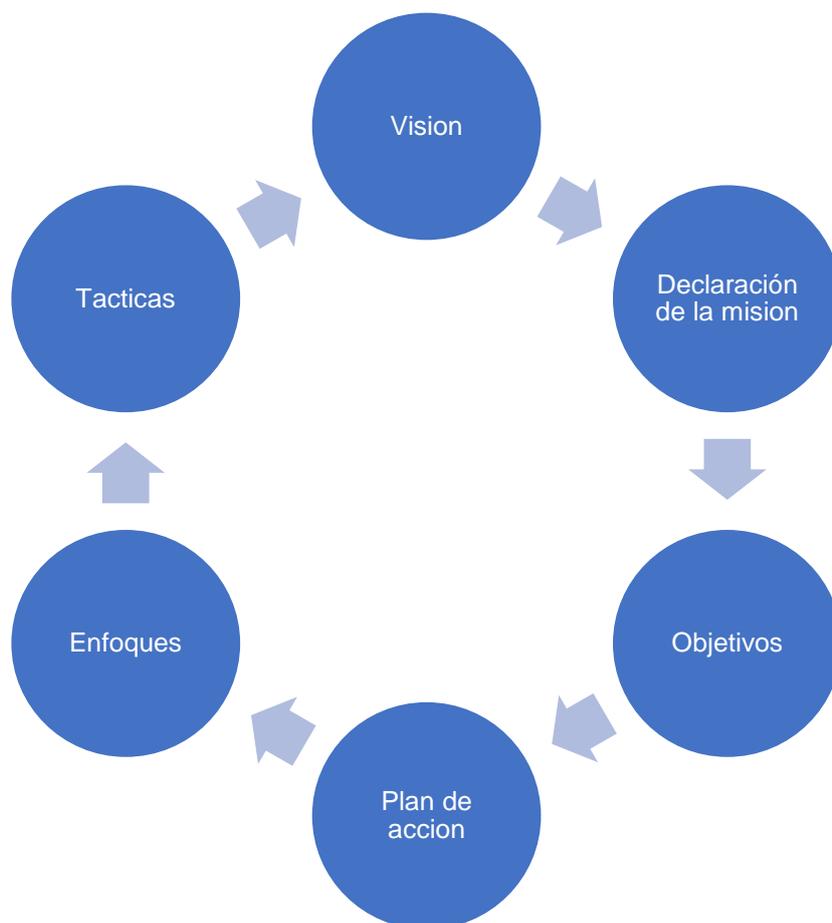
1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Plan estratégico

Hay muchos aspectos del mercado que no se pueden controlar para asegurar el éxito empresarial, lo único ligado a ello es la adaptabilidad. Sin embargo, los elementos controlables, como el plan estratégico de negocios que sustenta todos los modelos de negocios, sí lo son, al igual que incrementar la rentabilidad de una empresa, optimizar la calidad del servicio, lanzar una nueva línea de productos, etc.

Un plan estratégico es una herramienta para definir hacia dónde quiere ir una organización y qué pasos tomará para lograr esos objetivos. Un plan estratégico generalmente incluye la visión y misión de la empresa, metas a largo plazo (incluidas metas anuales a corto plazo) y un plan de acción con las acciones a tomar para llevar a la empresa en la dirección correcta (Mendoza y Arteaga 2020).

Figura 1: Elementos de un plan estratégico



Un plan estratégico es una herramienta que se utiliza para definir los objetivos de una organización y las acciones que se tomarán para alcanzarlos. Un plan estratégico generalmente incluye la visión y la misión de la empresa, los objetivos a largo plazo (incluidos los objetivos anuales a corto plazo) y el plan de acción y las acciones necesarias para llevar a la empresa en la dirección correcta (Ramírez, P 2022).

El propósito de la planificación estratégica es lograr una ventaja competitiva para que las operaciones de ellas aseguren una buena rentabilidad. La planificación estratégica le permite traducir el pensamiento estratégico en acciones concretas, ya que, con una implementación adecuada, especialmente el seguimiento de

los objetivos estratégicos, se puede lograr el crecimiento empresarial y el posicionamiento de la marca en el mercado.

1.2.2. Dimensiones del plan estratégico

1.2.2.1. Filosofía Corporativa

La filosofía corporativa de una empresa se refiere a los principios fundamentales, valores éticos y creencias que guían su comportamiento, decisiones y acciones en todas las áreas de su actividad, además, establece la identidad organizacional, define el propósito y la misión de la empresa, y orienta las estrategias y prácticas para lograr sus objetivos empresariales de manera coherente y ética (Suárez, 2016).

En términos prácticos, la filosofía corporativa indica la dirección que la empresa desea seguir, los valores que considera importantes en su funcionamiento y relaciones con todas las partes interesadas, como clientes, empleados, proveedores y la comunidad en general, y se manifiesta a través de políticas internas, acciones concretas, comunicaciones externas y la cultura organizacional que se promueve dentro de la empresa (Suárez Galeano, 2019).

Por ejemplo, una empresa con una filosofía corporativa centrada en la responsabilidad social podría priorizar prácticas sostenibles, preocuparse por el bienestar de sus empleados y contribuir de manera activa al desarrollo de la comunidad donde opera. Por otro lado, una empresa con una filosofía orientada a la innovación podría enfocarse en la creatividad, la mejora continua de productos y servicios, y la exploración de nuevas oportunidades de negocio.

1.2.2.2. Factores externos

Los factores externos incluyen estudios de desarrollo de mercado, estudios de comparación de productos competitivos, etc., al igual que identificar amenazas y oportunidades y evaluar la importancia de diferentes ideas innovadoras para la organización. El análisis externo utiliza información proporcionada por el seguimiento estratégico, la previsión tecnológica y otras herramientas innovadoras de recopilación de inteligencia.

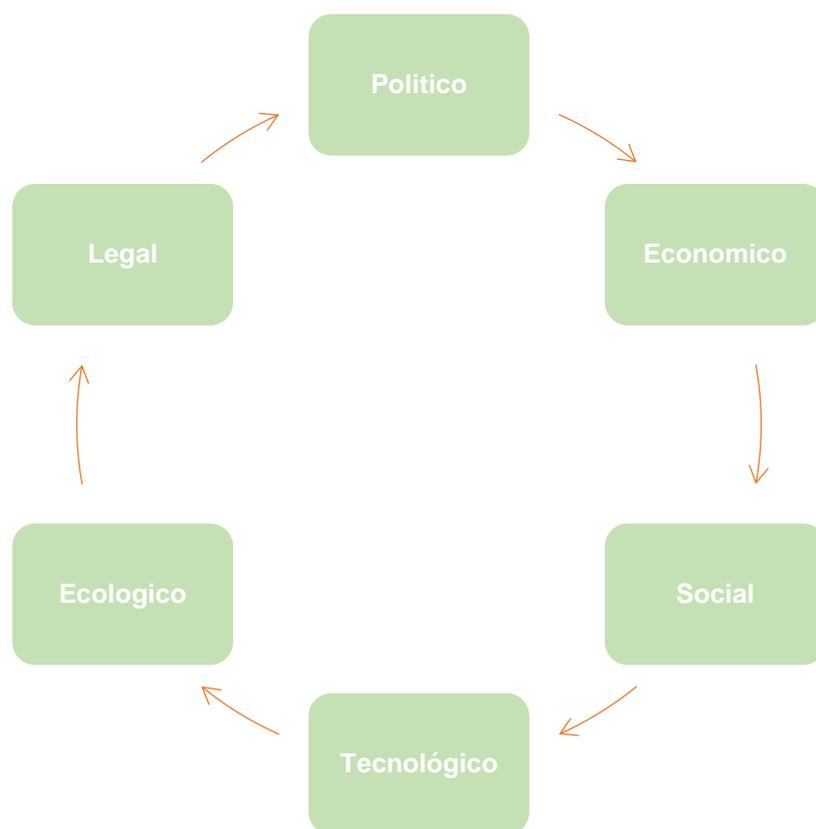
Los factores externos es una evaluación objetiva de los cambios que se están produciendo en el mundo, lo que ayuda a comprender mejor el entorno en el que opera la empresa. Los resultados de este estudio en profundidad pueden servir como una alerta temprana para identificar posibles amenazas y oportunidades. La necesidad de conocer el impacto del ecosistema alrededor de una organización está relacionada con el hecho de que las empresas no son entes aislados, sino parte de un universo complejo. Todas las empresas y organizaciones operan en un mundo cambiante y están influenciadas por fuerzas más fuertes que ellas y que escapan a su control (Quiroa, 2021).

En la práctica, las empresas realizan este tipo de análisis para identificar oportunidades y amenazas. De esa manera, puede minimizar el impacto de las amenazas que enfrenta y aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan. De hecho, se debe realizar un análisis externo antes de que una empresa pueda implementar su plan estratégico, esto ayudará a crear mejores objetivos y estrategias de orientación, porque se basa en información y datos descubiertos.

1.2.2.3. Variables de un análisis externo (Análisis PESTEL)

Según Pérez (2021), establece que las empresas no actúan solas, son parte de un ecosistema global que está influenciado por una variedad de factores externos a la organización, desde nuevas modificaciones en las regulaciones gubernamentales hasta el surgimiento de fuertes competidores. Por ello, a la hora de formular y revisar un plan estratégico, además de examinar las fortalezas y debilidades internas, es muy importante realizar un análisis externo de la empresa para identificar oportunidades y amenazas en el entorno de estudio. Asimismo, Valencia (2020) establece los siguientes elementos:

Figura 2: *Elementos de un análisis externo*



- 1. Político:** Los factores políticos se refieren a las regulaciones aplicables al país o región en la que opera la empresa, así como, en algunos casos, al estatus de los líderes gubernamentales, gremios, asociaciones municipales, la estabilidad del

gobierno, las concesiones y los acuerdos comerciales con otros países de la región.

- 2. Económico:** Los factores económicos incluyen todo lo relacionado con la actividad económica, el flujo de dinero, bienes y servicios, tanto a nivel nacional como internacional. Hay que tener en cuenta las condiciones económicas y los cambios en el ciclo económico (crisis o boom) en los países o regiones donde opera la empresa. Los factores clave considerados incluyen la tasa de desempleo, la inflación, la tasa de crecimiento económico, el PIB, el IPC, las tasas de interés, los tipos de cambio y las fuentes de financiación.
- 3. Social:** Al realizar un análisis de factores sociales, se considera cómo las relaciones, la demografía, las estructuras sociales, la cultura y el entorno influyen en su negocio. Desde esta perspectiva se necesita analizar la situación del grupo objetivo para comprender su relación real con su producto o servicio. Esto se puede explicar teniendo en cuenta la edad de la población, los patrones culturales, la estructura familiar, el movimiento geográfico de la población, el nivel de educación, el nivel de ingresos, las experiencias, los gustos, preferencias, los cambios en los hábitos de consumo, la conciencia sobre la salud, etc.
- 4. Tecnológico:** Este es un factor importante para considerar ya que puede afectar tanto a la empresa como a los clientes. Los avances en tecnología están aliados estratégicamente en la calidad de servicios y en los indicadores de gestión de las empresas, además pueden ayudar a una empresa a producir más rápido y mejor, pero también facilitan que los clientes accedan a ciertos productos o servicios a través de esa empresa. La tecnología avanza cada vez más rápido y es difícil para las

empresas mantenerse al día con estos avances, ya que muchas empresas desconocen con qué recursos cuentan y cómo pueden contribuir a mejorar la productividad de las personas o de las máquinas.

5. **Ecológico:** Una mayor conciencia ambiental significa que las empresas deben incluir consideraciones ambientales en sus análisis externos. Esto ha llevado a algunas empresas a sentar las bases para el reciclaje de plástico. Algunas cadenas de supermercados han revisado sus políticas de embalaje para proveedores y clientes.
6. **Legal:** Los cambios en las regulaciones son de gran importancia para las empresas, por lo que también es importante evaluar las leyes nuevas y emergentes, considerar sus consecuencias para los negocios y adaptarse al nuevo entorno.

1.2.2.4. Factores internos

Así como las empresas están expuestas a variables que afectan sus negocios fuera de su control, también lo están a otras variables que están bajo su control. Esto último también afecta a las empresas y es necesario identificarlo, analizarlo y comprenderlo. Recursos humanos, marketing, cartera de productos, tecnología (interna), finanzas, ventas, infraestructura u operaciones son ejemplos de variables internas que controla una organización y que afectan su negocio (Mallqui y López 2022).

Las empresas también deben analizarse a sí mismas. Se habla mucho de análisis externo, es decir, del análisis de variables fuera del control de una organización, pero también existen diversos modelos y herramientas que facilitan este análisis. El análisis interno, por otro lado, suele utilizar la misma herramienta, mecanismo, análisis, control, procesos y procedimiento: FODA de fortalezas y debilidades. Además, identificar

estas fortalezas y debilidades suele ser el resultado de una sesión de lluvia de ideas, lo cual está mal.

Según Toledo (2023), señala que *“el proceso de realizar una revisión interna de una empresa es similar a una revisión externa”*. En primer lugar, es necesario identificar las variables internas más importantes para poder centrar el análisis, luego se recopilan y analizan datos y hechos para cada variable seleccionada, encaminada al logro de ventajas competitivas, después del análisis, se priorizan y resaltan los datos y hechos más importantes. Finalmente, se extraen conclusiones en términos de fortalezas y debilidades. Por tanto, las fortalezas y debilidades no son el resultado de una lluvia de ideas, sino de un análisis técnico y en profundidad del conjunto de variables que influyen y controlan la empresa.

Entre los principales factores internos que puede identificarse en la mayoría de las empresas son los siguientes:

- **Administración:** Es importante que las empresas dispongan de un control de su filosofía empresarial, al igual de mecanismo eficiente para lograr el éxito empresarial, es por ello que este factor es uno de lo más relevantes para la correcta toma de decisiones, fomentando un desarrollo organizacional efectivo y eficaz.
- **Marketing:** El factor marketing es uno de los indicadores claves de desempeño, lo cual es un proceso que las empresas deben disponer para el control de la imagen de la empresa, generando estrategias e innovando en un mercado competitivo, ligado al crecimiento de las ventas, investigación del mercado, tendencias, satisfacción de los clientes, entre otros aspectos.
- **Operación:** Cada una de las empresas poseen diferentes normativas, métodos, procedimientos y procesos operativos internos, los cuales garantizan el éxito de

las organizaciones, siendo esenciales dichos procesos para el control y direccionamiento estratégico de la empresa.

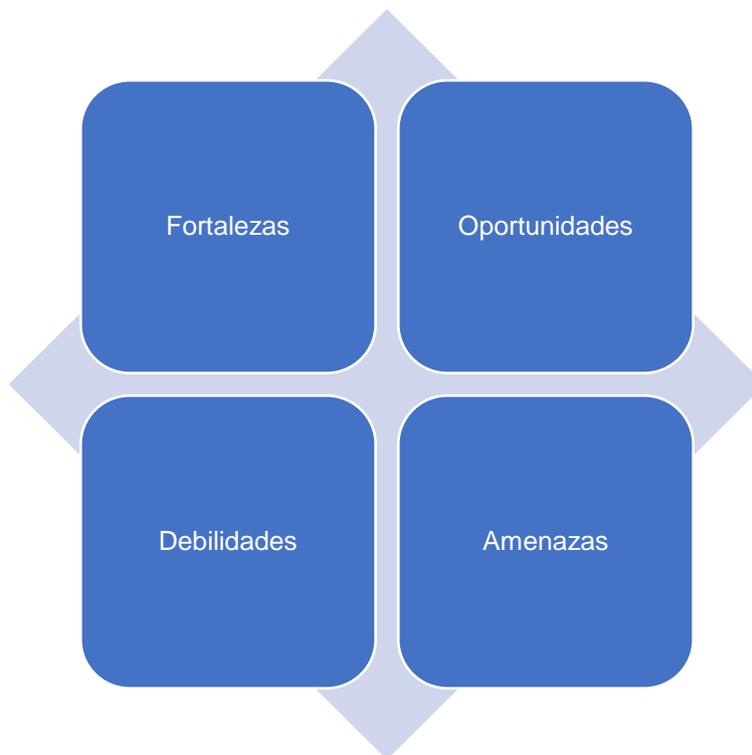
- **Finanzas:** Los recursos financieros están ligado a cumplir con las actividades económica de la organización, fomentando en la empresa la disponibilidad para financiar sus operaciones en cada uno de los proyectos, además de influir en la capacidad de endeudamiento y el control de las inversiones sean estas tecnologías, recursos humanos, participación ene l mercado, entre otros.
- **Recursos humanos:** El factor humano es el factor esencial para el progreso de la empresa, ya que son las personas quien genera a las empresas cambios significativos y son los responsables de llevar a cabo las distintas actividades y tareas necesarias para cumplir con los objetivos empresariales. Los recursos humanos generen la calidad y calidez para influir de manera extraordinaria en la productividad, eficiencia, eficacia dentro de las empresas.
- **Sistema de información:** Los sistemas de información son los conjuntos de mecanismos y herramientas interrelaciones con la finalidad de propiciar un correcto desempeño organizacional, partiendo de la recopilación, procesamiento, almacenamiento y difusión de información altamente relevante para las empresas, estableciendo componente de alto impacto para la coordinación, control, análisis y visualización de resultados.

1.2.2.5. Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica utilizada para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa o de un proyecto específico. Aunque comúnmente lo utilizan pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, grandes corporaciones, microempresas, negocios propios y otras organizaciones, el

análisis FODA se puede utilizar tanto para fines profesionales como personales (Huerta, 2020). Un análisis FODA es una herramienta simple pero poderosa que puede ayudarlo a identificar oportunidades competitivas de mejora, esto le permite mantenerse a sí mismo mientras trabaja para mejorar su empresa y su equipo.

Figura 3: *Elementos de la matriz FODA*



1.2.2.6. Estrategias Empresariales

Las estrategias empresariales son planes y acciones integrales diseñados para alcanzar los objetivos a largo plazo de una empresa. Estas estrategias implican la identificación de oportunidades, la asignación de recursos, la implementación de políticas y la adaptación a cambios en el entorno competitivo para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Existen algunos tipos de estrategias, a continuación, se mencionan las estrategias de crecimiento, funcionales y de innovación. Las estrategias de crecimiento buscan expandir la participación de mercado y aumentar los ingresos a través de diversas tácticas.

Estas incluyen la penetración de mercado, que se centra en incrementar las ventas de productos existentes en los mercados actuales mediante mayores esfuerzos de marketing; el desarrollo de mercado, que implica la expansión a nuevos mercados geográficos o demográficos; el desarrollo de productos, que se refiere a la innovación y lanzamiento de nuevos productos o mejoras de los existentes; y la diversificación, que consiste en introducir nuevos productos en nuevos mercados, reduciendo así la dependencia de los actuales.

Asimismo, las estrategias funcionales se enfocan en optimizar las operaciones de diferentes áreas dentro de la empresa para apoyar las metas generales. La estrategia de marketing busca aumentar la demanda y satisfacción del cliente a través de actividades de promoción, distribución y fijación de precios. La estrategia de finanzas se encarga de la gestión de los recursos financieros, incluyendo la inversión, financiación y control de costos. La estrategia de operaciones se dedica a mejorar los procesos de producción y entrega para aumentar la eficiencia y la calidad. Finalmente, la estrategia de recursos humanos se centra en el desarrollo y gestión del talento humano para asegurar que la empresa cuenta con las habilidades necesarias para alcanzar sus objetivos.

Adicionalmente, las estrategias de innovación se orientan hacia el desarrollo y aplicación de nuevas ideas para mantener y aumentar la competitividad de la empresa. La innovación de producto implica el desarrollo de nuevos productos o mejoras significativas en los productos existentes. La innovación de procesos se refiere a la implementación de nuevas tecnologías o métodos que mejoren la eficiencia y efectividad de los procesos internos. La innovación en el modelo de negocio implica cambios en la forma en que la empresa crea, entrega y captura valor, lo que puede incluir modificaciones en la estructura de costos o en los canales de distribución. Estas estrategias permiten a las

empresas adaptarse y prosperar en un entorno empresarial dinámico y competitivo, garantizando un crecimiento sostenible y una ventaja competitiva duradera.

1.2.2.7. Calidad de Servicios

La calidad de servicios es el grado en que un servicio cumple con las expectativas y necesidades de los clientes. Se evalúa mediante diferentes criterios, tales como la percepción del cliente, la consistencia del servicio, la eficiencia y la capacidad de respuesta. La calidad de servicios es esencial para la satisfacción del cliente y la fidelización, a continuación, se muestra las dimensiones de la calidad del servicio:

- **Tangibles:** Esta dimensión se refiere a los aspectos físicos del servicio que los clientes pueden percibir directamente. Esto incluye no solo la apariencia de las instalaciones y los equipos utilizados, sino también la presentación personal del personal que interactúa con los clientes.
- **Fiabilidad:** La fiabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para cumplir consistentemente con las promesas y expectativas del cliente. Esto implica realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa, sin errores o retrasos significativos.
- **Capacidad de Respuesta:** La capacidad de respuesta se refiere a la disposición y capacidad de la empresa para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido cuando se requiere. Esto implica ser ágil y eficiente en la resolución de problemas, atender las solicitudes de los clientes de manera oportuna y ofrecer soluciones efectivas.
- **Seguridad:** La seguridad se refiere al conocimiento, la cortesía y la capacidad del personal para transmitir confianza y seguridad a los clientes durante la prestación del servicio. Esto incluye la capacitación adecuada del personal para realizar sus funciones de manera segura y competente, así como la comunicación clara y

efectiva con los clientes para garantizar que comprendan los procedimientos y medidas de seguridad.

- **Empatía:** La empatía se refiere a la atención individualizada y la capacidad de comprender y responder a las necesidades emocionales y prácticas de los clientes. Esto implica escuchar activamente a los clientes, mostrar interés genuino en sus preocupaciones y emociones, y adaptar el servicio para satisfacer sus necesidades específicas.

Asimismo a continuación se menciona la medición de la Calidad del Servicio, de acuerdo a Torres et al. (2019):

- **Encuestas de Satisfacción:** Las encuestas de satisfacción son cuestionarios diseñados y administrados a los clientes con el fin de evaluar su nivel de satisfacción con diversos aspectos del servicio proporcionado por la empresa. Estas encuestas suelen incluir preguntas relacionadas con la calidad del servicio, la atención al cliente, la eficacia de los procesos, la resolución de problemas, la amabilidad del personal, entre otros aspectos relevantes para la experiencia del cliente.
- **Evaluaciones de Desempeño:** Las evaluaciones de desempeño son indicadores clave de rendimiento (KPI) utilizados para medir la eficacia y eficiencia del servicio proporcionado por la empresa, estos pueden incluir métricas como el tiempo de respuesta, la tasa de resolución de problemas, la satisfacción del cliente, el cumplimiento de los estándares de calidad, la productividad del personal, entre otros.
- **Análisis de Retroalimentación:** El análisis de retroalimentación involucra la recopilación y análisis de comentarios, sugerencias y quejas de los clientes para identificar áreas de mejora en el servicio. Esta retroalimentación puede provenir

de diversas fuentes, como encuestas de satisfacción, comentarios en redes sociales, correos electrónicos de clientes, llamadas de atención al cliente, entre otros.

Los autores Ninahuanca (2022); Valenzuela et al., (2019) dan a conocer algunos aspectos para la mejora Continua del Servicio:

- **Capacitación y Desarrollo del Personal:** Esta dimensión se refiere a los programas y actividades diseñados para mejorar las habilidades, conocimientos y competencias del personal en la prestación de servicios. Estos programas pueden incluir entrenamientos técnicos, desarrollo de habilidades de comunicación, formación en servicio al cliente, cursos de actualización en tecnologías relevantes, entre otros.
- **Optimización de Procesos:** La optimización de procesos implica la revisión y mejora continua de los procedimientos y actividades relacionados con la prestación de servicios. Esto incluye identificar y eliminar cuellos de botella, simplificar flujos de trabajo, reducir tiempos de espera, automatizar tareas repetitivas, entre otros.
- **Innovación en Servicios:** Esta dimensión se centra en el desarrollo e implementación de nuevas ideas, tecnologías y enfoques para mejorar la calidad y valor del servicio ofrecido. La innovación en servicios puede incluir la introducción de nuevos servicios o características, la personalización de servicios para satisfacer las necesidades específicas de los clientes, la adopción de tecnologías disruptivas como inteligencia artificial o realidad aumentada, entre otros.
- **Percepción del Cliente:** Esta dimensión se refiere a las opiniones, sentimientos y experiencias de los clientes con respecto a la calidad y satisfacción del servicio

recibido. La percepción del cliente puede influir en su lealtad, recomendaciones y decisiones de compra futuras.

- **Valor Percibido:** La evaluación del cliente sobre la relación entre la calidad del servicio y el costo es esencial para comprender la percepción de valor que ofrece la empresa. El valor percibido se refiere a cómo los clientes valoran la calidad, beneficios y ventajas que reciben en relación con el precio que pagan por el servicio.
- **Tiempo de Respuesta:** Esta dimensión se relaciona con la velocidad con la que la empresa atiende las solicitudes y resuelve los problemas de los clientes. Un tiempo de respuesta rápido y eficiente es crucial para satisfacer las expectativas de los clientes y brindar un servicio de calidad.

1.3. Gestión administrativa

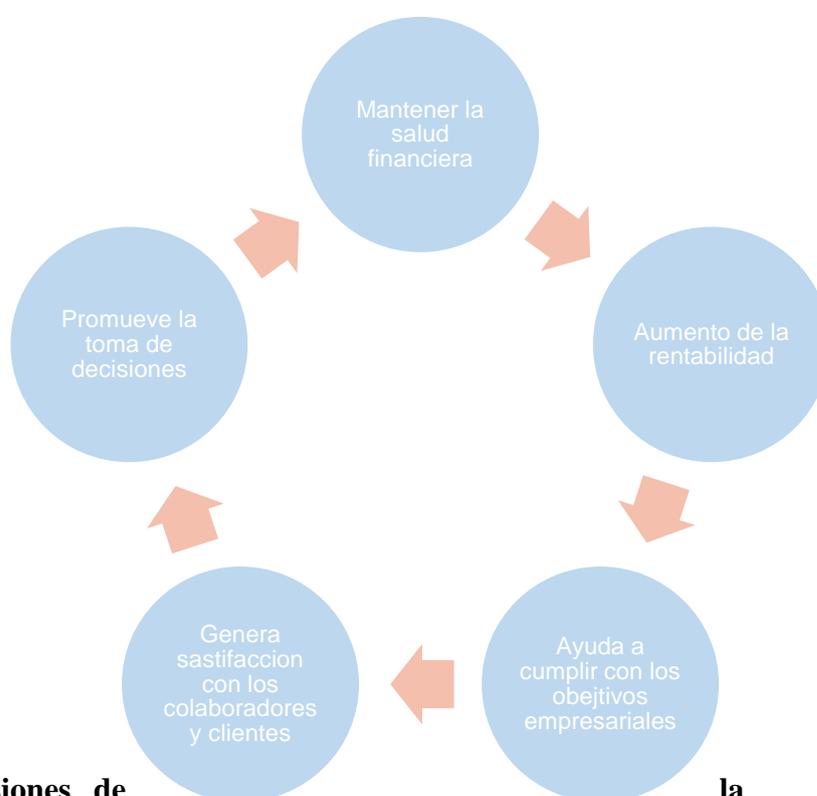
La gestión administrativa es uno de los factores que garantizan el sosteniendo en las empresas, centrada en utilizar y aprovechar cada uno de los recursos disponible de manera eficiente y proactivos, garantizando una producción y administración fluida, trayendo como resultados el incremento de las ganancias, desarrollo sostenible, fidelización de la cartera de clientes, promoción de la resiliencia y el crecimiento contante del negocio.

En este mismo contexto, la gestión administrativa está enfocado en optimizar los procesos de las empresas, garantizando un mayor enfoque sistemático dejando a un lado el enfoque tradicional donde solo enfoca en ganar y no ver la importancia de los recursos de las empresas para cubrir con las actividades empresariales. Adicional a ello, las empresas estas orientado en digitalizar las funciones y procedimientos para la correcta toma de decisiones. Es importante tener presenta que hoy en día las empresas están en

constante cambios, por lo cual es fundamental que se realicen mejoras en cada uno de sus procesos, abarcando los procesos estratégicos, de apoyo y operativos.

Es por tal razón que la gestión administrativa al ser uno de los componentes más esenciales a la hora de tomar decisiones, se caracteriza por altamente efectivo, trayendo consigo los siguientes beneficios:

Figura 4: *Beneficios de la gestión administrativa*



1.3.1. Dimensiones de la gestión administrativa

Mantener la salud financiera: Mantener la salud financiera se refiere a la administración efectiva de los recursos económicos de una empresa para asegurar su estabilidad y crecimiento a largo plazo. Esto incluye la gestión cuidadosa de los ingresos y gastos, la diversificación de las fuentes de ingresos, la identificación y mitigación de riesgos financieros, y la planificación estratégica del futuro económico de la empresa.

Una salud financiera robusta permite a la empresa enfrentar adversidades económicas, aprovechar oportunidades de inversión y mantener una operación continua y eficiente, garantizando así su sostenibilidad y éxito en el mercado (Proaño et al., 2018).

Aumento de la rentabilidad: El aumento de la rentabilidad implica mejorar la capacidad de una empresa para generar ganancias a partir de sus operaciones e inversiones. Esto se logra mediante la reducción de costos, optimización de procesos, incremento de precios estratégicamente, expansión de ventas a través de nuevos mercados y productos, y mejora de la gestión empresarial. Incrementar la rentabilidad no solo refuerza la posición financiera de la empresa, sino que también permite reinvertir en su desarrollo y crecimiento, proporcionando una base sólida para un desempeño económico superior y sostenible a largo plazo (Proaño et al., 2018).

Ayuda a cumplir con los objetivos empresariales: La buena salud financiera es crucial para el cumplimiento de los objetivos empresariales, ya que permite financiar proyectos de crecimiento, expandirse a nuevos mercados, adquirir otras empresas y recompensar a los empleados. Además, facilita la inversión en iniciativas sociales y ambientales, alineadas con los valores corporativos, y aumenta el valor para los accionistas mediante la mejora del valor de las acciones y la distribución de dividendos. En resumen, una gestión financiera eficiente es fundamental para alcanzar y sostener las metas estratégicas de la empresa, promoviendo su desarrollo integral (Haro et al., 2020).

Genera satisfacción con los colaboradores y clientes: Una gestión financiera sólida contribuye significativamente a la satisfacción de los colaboradores y clientes al posibilitar la oferta de condiciones laborales justas y competitivas, como salarios adecuados y beneficios atractivos, y al garantizar un ambiente de trabajo positivo. Asimismo, permite invertir en recursos y tecnología para brindar productos y servicios de

alta calidad, mantener precios competitivos y cumplir con las expectativas de los clientes. Estas prácticas fomentan relaciones duraderas y satisfactorias, fortaleciendo la lealtad y la confianza tanto de los empleados como de los clientes hacia la empresa (Suárez, 2019).

Promueve la toma de decisiones informadas: La gestión financiera eficaz proporciona la información precisa y oportuna necesaria para tomar decisiones estratégicas informadas. Esto incluye la evaluación continua del desempeño financiero para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento, la asignación eficiente de recursos, la gestión proactiva de riesgos financieros y la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios en el mercado. Al basar las decisiones en datos financieros sólidos, las empresas pueden mejorar su competitividad, responder a las necesidades del mercado y asegurar su éxito a largo plazo (Pineda, 2020).

Por otro lado, también tenemos que la gestión administrativa es uno de procesos fundamentales que la empresa debe tener, no solo eso, también se los conoce como los 4 pilares de la administración estos son planificación, organización, dirección y control cada uno de estos factores son muy importante, estos ayudan a que la empresa tenga un mejor funcionamiento de la misma (Ifante & Rivera, 2019)

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Diseño teórico

2.1.1. Planteamiento del problema

En el contexto global de la gestión administrativa de empresas, se observó una creciente demanda de eficiencia, competitividad y adaptabilidad a entornos cambiantes (Barberán & Díaz, 2019). Dicha exigencia se reflejó en Ecuador, donde las empresas enfrentaron desafíos constantes para optimizar sus procesos y recursos, especialmente en sectores como el de ópticas, que experimentaron un notable incremento en los últimos años a nivel nacional. En la provincia de Manabí, específicamente en la ciudad de Portoviejo, el sector de ópticas registró un aumento significativo en la cantidad de establecimientos, reflejando una dinámica de mercado activa y competitiva. A pesar de este crecimiento, la gestión administrativa en muchas de estas ópticas presentó deficiencias y carencias que afectaron su desempeño y su capacidad para mantenerse competitivas. Se identificaron problemas como la falta de estrategias claras y adaptativas a los cambios del mercado, la ineficiencia en la asignación y uso de recursos, y la ausencia de sistemas integrales de gestión que aseguraran una operación fluida y eficiente (Guillen, 2022). Cabe mencionar que también se evidenció una falta de capacitación y actualización del personal en temas administrativos y de gestión estratégica, así como deficiencias en la implementación de tecnologías que facilitarían la automatización de procesos y la toma de decisiones basadas en datos. Estas limitaciones se tradujeron en una gestión administrativa fragmentada, poco eficiente y con dificultades para adaptarse a las exigencias del mercado y las necesidades de los clientes (Victorino et al., 2019). Además, al analizar la óptica New York en Portoviejo, se pudieron identificar problemas adicionales como la falta de políticas internas claras, la ausencia de indicadores de gestión

que permitieran medir el desempeño y tomar decisiones informadas, y la carencia de un enfoque estratégico que guiara el crecimiento y la expansión de la empresa de manera sostenible. Ante este panorama, surgió la necesidad apremiante de diseñar un Plan Estratégico que abordara de manera integral los problemas de gestión administrativa en la óptica New York, con el fin de mejorar su competitividad, eficiencia operativa y capacidad para adaptarse a un entorno empresarial cada vez más dinámico y exigente.

2.2. Formulación del problema

2.2.1. Problema general

¿De qué manera un plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?

2.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influyen la Filosofía Corporativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?
- ¿Cómo influyen los factores Internos para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?
- ¿Cómo influyen los factores Externo para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?

2.3. Objeto y campo de acción

- **Objeto:** Plan estratégico
- **Campo de acción:** Gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

- Diseñar un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.4.2. Objetivos específicos

- Analizar cómo la Filosofía Corporativa influye en la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad Portoviejo.
- Determinar cómo influye los factores internos en la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad Portoviejo.
- Determinar cómo influye los factores externos en la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

- H1: El plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
- H0: El plan estratégico no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.5.2. Hipótesis específicas

2.5.2.1 Primera hipótesis específica

- H1: La Filosofía Corporativa influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

- HO: La Filosofía Corporativa no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.5.2.2 Segunda hipótesis específica

- H1: El análisis Interno influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
- H0: El análisis Interno no influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.5.2.3 Tercera hipótesis específica

- H1: El análisis Externos influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
- H0: El análisis Externos no influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2.6 Definición de las variables

2.6.2 Variable Independiente

-Planificación estratégica: Permite a una organización anticipar y prepararse para los cambios del entorno, identificar oportunidades y amenazas, optimizar sus recursos y capacidades, y definir una dirección clara hacia la consecución de sus metas a largo plazo, siendo un proceso fundamental para la toma de decisiones estratégicas y para alcanzar competitividad en una empresa (Robayo, 2016).

- **Filosofía corporativa:** Conjunto de valores, principios y creencias que guían las acciones y decisiones de una empresa y definen su cultura organizacional (Torres et al., 2021).
- **Análisis internos:** Los factores internos son aquellos elementos dentro de la organización que pueden influir en su desempeño y logro de metas, como la

cultura organizacional, recursos humanos y financieros, capacidades y habilidades (Suárez, 2019).

- **Análisis externos:** Los factores externos son elementos fuera de la organización que pueden afectar su desempeño, como la competencia, tendencias del mercado, regulaciones gubernamentales y factores económicos (Velásquez et al., 2016).

2.6.3. Variable dependiente

-Gestión administrativa: Se refiere a la dirección y coordinación de recursos humanos, financieros y materiales para lograr los objetivos de la organización de manera eficiente y efectiva, que implica la toma de decisiones relacionadas con la asignación y uso de recursos, el diseño de estructuras organizativas, la supervisión del trabajo del personal, la implementación de procesos y políticas, y la evaluación de resultados para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización (Suárez, 2019).

- **Planificación:** Es el proceso de establecer metas, objetivos y estrategias para guiar las acciones futuras de la organización, la cual implica identificar oportunidades y amenazas, así como evaluar fortalezas y debilidades, para diseñar planes que permitan alcanzar los objetivos de manera efectiva (Muñoz et al., 2015).
- **Organización:** Consiste en la distribución de recursos y la estructuración de actividades para alcanzar los objetivos establecidos en la planificación, que incluye la asignación de roles y responsabilidades, la creación de estructuras organizativas eficientes y la coordinación de actividades para lograr sinergias y optimizar el desempeño (Palma et al., 2018).

- **Dirección:** Refiere al proceso de influir y motivar a los miembros de la organización para que contribuyan al logro de los objetivos, donde se involucra la toma de decisiones, la comunicación efectiva, el liderazgo y la motivación del personal para asegurar el cumplimiento de las metas establecidas (Imán & Reque, 2020).
- **Control:** Es el proceso mediante el cual se supervisan las actividades y se comparan los resultados obtenidos con los objetivos y estándares establecidos en la planificación, la cual incluye la evaluación del desempeño, la identificación de desviaciones, la toma de medidas correctivas y el seguimiento para asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales (Haro et al., 2017)

2.7. Operacionalización de las variables.

A continuación, se muestra la operacionalización de la variable dependiente e independiente.

Operacionalización de las variables.

Tema:		Diseño de un Plan Estratégico para Analizar la Gestión Administrativa en la empresa Óptica New York en la Ciudad de Portoviejo			
Objetivo General		¿De que manera un plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa empresa óptica New York. ?			
Objetivo Especifico		Diseñar un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de portoviejo.			
Variables	Dimensiones	Indicadores	Items		
X PLAN ESTRATÉGICO	Filosofía Corporativa	Misión, Visión Y Objetivos organizacionale	¿La misión y visión de la empresa están claramente comunicadas a los empleados?	¿La empresa refuerza regularmente los valores corporativos entre el personal?	
		Adopción y Práctica de Valores Corporativos	¿Los empleados adoptan y practican los valores corporativos en su trabajo diario?	¿La empresa fomenta activamente la adopción de sus valores corporativos?	
	Análisis Interno	Identificación de Fortalezas Internas	¿Los principales recursos humanos, tecnológicos y financieros de la empresa están identificados?	¿Las fortalezas internas de la empresa están claramente evaluadas?	
		Identificación de debilidades Internas	¿Se han identificado correctamente las debilidades en los procesos operativos y administrativos?	¿La gestión de las debilidades identificadas es efectiva?	
	Análisis Externo	Evaluación de Oportunidades del Entorno	¿Las oportunidades externas se evalúan adecuadamente en el contexto de la empresa?	¿Se han diseñado estrategias efectivas para aprovechar las oportunidades del entorno?	
		Evaluación de Amenazas del Entorno	¿Se han identificado las principales amenazas externas que pueden afectar a la empresa?	¿La empresa cuenta con planes de contingencia para mitigar las amenazas del entorno?	
	Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Planificación	Objetivo	¿La empresa dispone de objetivos claros en cada actividad que se ejecuta?	
			Proyecciones	¿Cuenta la empresa con proyecciones y seguimiento de ventas adecuados?	
Organización		Estructura jerárquica	¿La empresa cuenta con un organigrama funcional correcto?		
		Motivación	¿La organización proporciona una excelente motivación tanto para los colaboradores como para los clientes?		
Dirección		Comunicación	¿Existe una comunicación excelente entre jefes y colaboradores?	¿Se mantiene una supervisión adecuada en cada uno de los procesos de la empresa?	
		Evaluación de seguimiento	¿La empresa posee estándares de calidad definidos?		
Control		Acciones correctivas	¿Existe una satisfacción excelente entre los clientes?	¿Se aplica la retroalimentación de los procesos y productos que brinda la empresa?	

Elaborado por el autor: Alejandra Tamayo

2.8. Diseño metodológico

2.8.3. Alcance

El tipo de investigación del presente estudio es descriptivo, el cual se centra en describir características, comportamientos o fenómenos existentes en una población o muestra específica. Este enfoque apunta a obtener una descripción precisa y detallada de los datos recolectados a través de encuestas, o análisis de datos secundarios para recabar información sobre variables específicas. La investigación descriptiva analiza la frecuencia, distribución y relación entre variables en un contexto sin buscar explicaciones causales (Cienfuegos y Cienfuegos, 2016).

2.8.2. Enfoque

El enfoque de investigación corresponde a la naturaleza del estudio y los objetivos específicos planteados. Se presenta un estudio cuantitativo, pues el enfoque se centra en la recopilación y análisis de datos numéricos, utilizando técnicas de análisis cuantitativo para evaluar tendencias en los datos. Este enfoque se basó en la recolección de datos estructurados a través de encuestas, cuestionarios o instrumentos estandarizados, con el fin de generalizar los resultados a una población más amplia y obtener conclusiones objetivas y generalizables (Cienfuegos y Cienfuegos, 2016).

Por otro lado, se plantea también un estudio cualitativo, con un enfoque que se centra en comprender y explorar fenómenos sociales o humanos desde una perspectiva más profunda y holística. Esto implica la recolección de datos no numéricos a través de técnicas como entrevistas, observaciones o análisis de contenido, con el objetivo de capturar la complejidad y la diversidad de experiencias, percepciones y significados subyacentes a los fenómenos estudiados (Sánchez y Reyes, 2015). Además, busca

comprender el contexto y la interpretación subjetiva de los participantes, y generar teorías o explicaciones detalladas y contextualizadas.

2.8.3. Diseño

Se presenta el tipo de investigación exploratoria, que explora un problema de investigación de manera más amplia y abierta, con el fin de generar nuevas ideas. Este enfoque es más flexible y menos estructurado que la investigación descriptiva o experimental, y utiliza métodos como entrevistas, observaciones o revisión de literatura para recopilar datos cualitativos y cualitativos (Ventura, 2017).

Asimismo, el presente estudio se apoya el método de investigación cuantitativo. Poma (2021) indica que en este tipo de investigación “se evalúan datos a través de medios estadísticos, que luego se presentaron en representaciones gráficas, en base a las variables de este estudio” (pág. 49). El diseño del presente estudio siguió el modelo de estadística descriptiva y no experimental, mediante un estudio transversal. Valdez et al., (2022) señalan que se eligió este diseño debido que “Se describe la población o fenómeno de estudio y cómo evolucionan las variables o sus relaciones” (pág. 261).

2.8.4. Población y muestra

Una población corresponde a “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes con las cuales se determinarán las conclusiones en una investigación” (Arias et al., 2016, p. 81). La muestra corresponde al “subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias et al., 2016, p. 81). Para el presente trabajo se tomará como muestra el universo o población total del estudio, siendo 9 personas, siendo 2 recepcionista, 5 ayudantes, la gerente y la optometrista.

2.8.5. Instrumentos y recolección de datos

El instrumentos de recolección de datos que se utilizará es el cuestionario, la técnica es la encuesta, se tomó como referencia del trabajo de Infante y Herrera (2019) en su estudio "Propuesta de plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la empresa radial Genial" y en el estudio Pilay Evert (2019) "Plan estratégico para la competitividad de RIPSA Empresa de Ingeniería y Proyectos, en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena" Se realizaron modificaciones en base a los requerimientos específicos del presente estudio. En la recolección de datos de utilizó el cuestionario, fueron elaboradas con una serie de interrogantes cerradas agrupadas por dimensiones un total exacto de 21 preguntas, su valoración fue a través de la escala de Likert del 0-5 (donde 0 indica "Totalmente en desacuerdo" y 5 indica "Totalmente de acuerdo"). La variable 1, Planificación estratégica; está conformado por: Filosofía Corporativa, Análisis interno Análisis externo, contiene 12 preguntas con 5 opciones de respuesta. La variable 2: Gestión administrativa; está conformada por: Planificación, Organización, Dirección y Control; contiene 9 preguntas con 5 opciones de respuesta.

CAPITULO III

3. DIAGNÓSTICO

3.1. Análisis de Fiabilidad

TABLA 1 Análisis de Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,929	21

Elaborado por Alejandra Tamayo

Mediante los datos obtenidos en el programa SPSS nos proporcionó un instrumento de fiabilidad Alfa Cronbach para el análisis de consistencia de 21 ítems, el resultado de este coeficiente fue de 0.929, es decir, que el instrumento de correlación de datos es totalmente confiable.

3.2. Análisis de resultados variable independiente y dependiente

TABLA 2 Análisis estadísticos variable independiente Plan Estratégico

Estadísticos				
	X Plan Estratégico	X1 Filosofía Corporativa	X2 Análisis Interno	X3 Análisis externo
Válido	9	9	9	9
Perdidos	0	0	0	0

Elaborado por Alejandra Tamayo

TABLA 3 Análisis estadísticos variable dependientemente Gestión Administrativa

Estadísticos					
	Y Gestión Administrativa	Y1 Planificación	Y2 Organización	Y3 Dirección	Y4 Control
Válido	9	9	9	9	9
Perdidos	0	0	0	0	0

Elaborado por Alejandra Tamayo

3.3. Resultados de la variable independiente Plan Estratégico

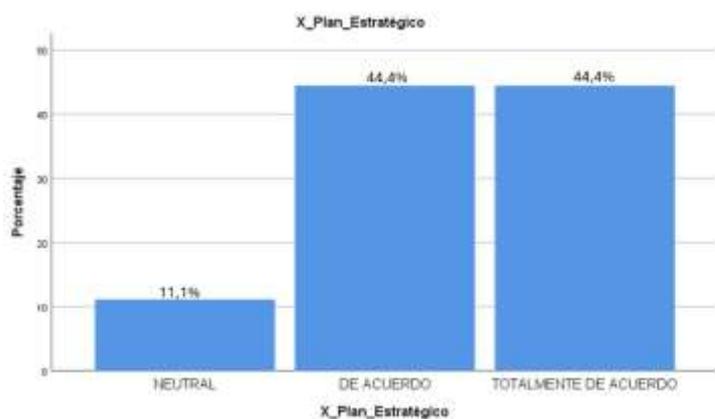
TABLA 4 Plan Estratégico

X Plan Estratégico				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDO	NEUTRAL	1	11,1	11,1
	DE ACUERDO	4	44,4	44,4

TOTALMENTE DE ACUERDO	4	44,4	44,4	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 1 Resultados Estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.3.1. Análisis Resultados de la variable independiente Plan Estratégico

Como se puede presenciar en la gráfica 1 los resultados de la variable “Plan Estratégico” predominan un total de 88.8% entre los resultados de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo cual muestra que los colaboradores comprenden los objetivos estratégicos de la empresa, así mismo cuentan con los procedimientos necesarios para que cada uno de sus trabajadores puedan tener una mejor comprensión de este. Sin embargo, existe un porcentaje neutral equivalente al 11,1% por lo tanto pueden darse por factores, tales como la falta de comprensión detallada del plan estratégico o poco conocimiento de este.

3.4. Dimensión: Filosofía Corporativa

TABLA 5 Filosofía Corporativa

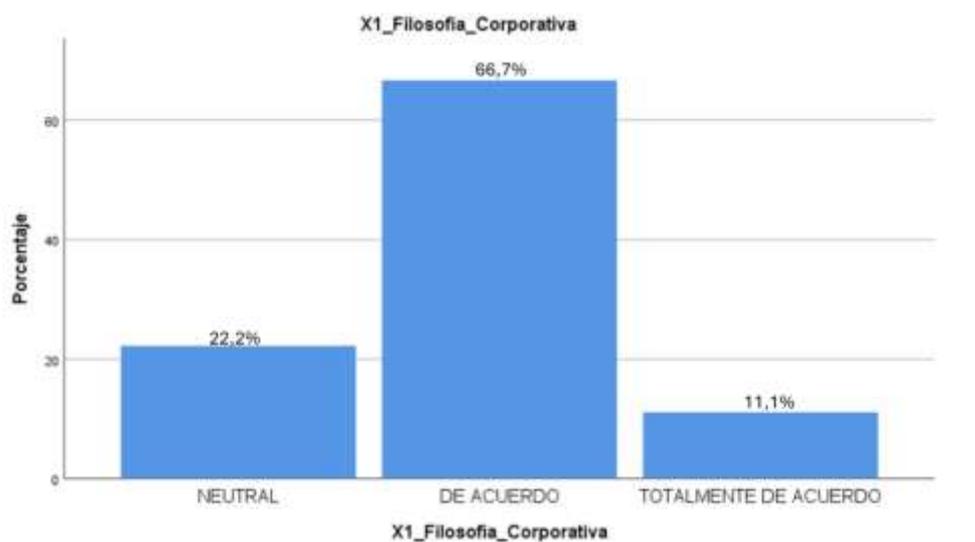
TABLA 6

X1_Filosofía_Corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NEUTRAL	2	22,2	22,2	22,2
DE ACUERDO	6	66,7	66,7	88,9
TOTALMENTE DE ACUERDO	1	11,1	11,1	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 2 Resultados Estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.4.1. Análisis

En referencia en la gráfica 2, de los resultados de la encuesta de la dimensión “Filosofía Corporativa” la mayoría un 66.7% están de acuerdo que la entidad ha logrado una buena comunicación sobre los principios fundamentales de la empresa, como son los valores corporativos que han sido mejorados. Por otro lado, existe un 11,1% que están totalmente de acuerdo esto indica que se haga transmitido de manera efectiva los principios fundamentales al personal. Sin embargo, existe un 22.2% de los encuestados que se siente de forma neutral, lo cual se surge de que exista una mejora de comunicación y refuerzo de estos valores.

3.5. Dimensión: Análisis Interno

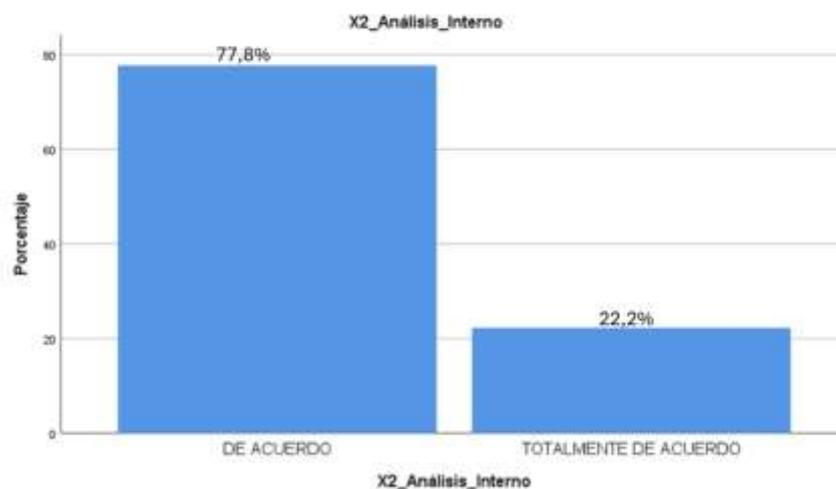
TABLA 7 Análisis Interno

X2_Análisis_Interno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDO DE ACUERDO	7	77,8	77,8	77,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	2	22,2	22,2	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 3 Resultados Estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.5.1. Análisis

Los resultados obtenidos en la gráfica 3, de la dimensión “Análisis Interno” indica una percepción positiva de parte de los colaboradores con base a la gestión de los recursos internos, con un total de 77,8% están de acuerdo, se ha podido evaluar e identificar cada uno de las gestiones internas. Por otro lado, un 22,2% están totalmente de acuerdo que la empresa ha establecido procedimientos efectivos para identificar fallas o errores en sus áreas ineficientes.

3.6. Dimensión: Análisis Externo

TABLA 8 Análisis Externo

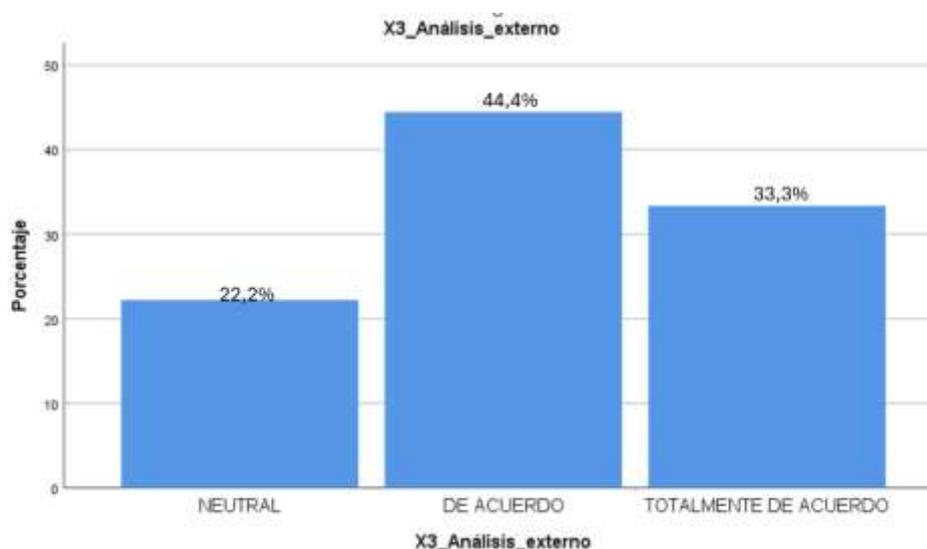
X3_Análisis_externo

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<hr/>			

VALIDO	NEUTRAL	2	22,2	22,2	22,2
	DE ACUERDO	4	44,4	44,4	66,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	33,3	33,3	100,0
	TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 4 Resultados Estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.6.1. Análisis

Como se aprecia en la gráfica 4, de la dimensión “Análisis Externo” los resultados de la encuesta en un 77,7% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa evalúa adecuadamente las oportunidades externas que pueden beneficiarlas, así mismo identifican sus amenazas externas, de tal forma que tienen la capacidad de mitigar su impacto en la empresa. Pero existe un 22,2% de forma neutral respecto a las oportunidades externas, lo cual podría representarse como una inseguridad en los

colaboradores que no saben los procesos de la empresa, lo cual ocasionaría mala comunicación sobre las estrategias utilizadas por la empresa.

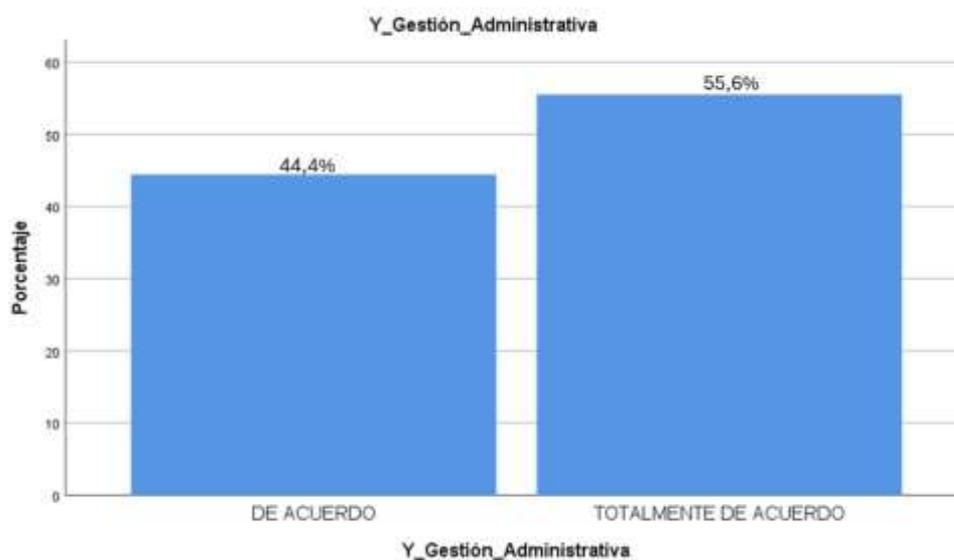
3.7. Resultados de la variable dependiente Gestión Administrativa

TABLA 9 Gestión Administrativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDO	DE ACUERDO	4	44,4	44,4	44,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	55,6	55,6	100,0
	TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 5 Resultados estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.7.1. Análisis

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la variable Y “Gestión Administrativa” se puede observar en la gráfica 5, que existe nivel de 55.6% están totalmente de acuerdo en la satisfacción y eficiencia de los procesos administrativos, procedimientos claros y bien definidos que facilitan el trabajo diario de cada colaborador y 44.4% de acuerdo en que la comunicación es clara y definida sobre sus políticas, procedimientos y cambios administrativos, alineándose así con todos los objetivos de la entidad.

3.8. Dimensión: Planificación

TABLA 10 Planificación

Y1_Planificación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE ACUERDO	5	55,6	55,6	55,6
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	44,4	44,4	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 6 Resultados estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.8.1. Análisis

Los resultados obtenidos mediante la encuesta de la dimensión “planificación” de la empresa determina un 55.5% están de acuerdo y un 44.4% están totalmente de acuerdo en que la entidad establece sus objetivos claros, proyecciones, y seguimientos de ventas, la claridad sobre toda la planificación ejecutada por empresa facilita que los empleados entiendan sus responsabilidades y metas, lo cual le permitirá un mayor mapeo a la toma de decisiones.

3.9. Dimensión: Organización

TABLA 11 Organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDO	EN DESACUERDO	1	11,1	11,1
	DE ACUERDO	3	33,3	44,4

TOTALMENTE DE ACUERDO	5	55,6	55,6	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 7 Resultados estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.9.1. Análisis

Según la encuesta sobre la dimensión “organización” de la empresa determina que un 55.6% está totalmente de acuerdo que la entidad cuenta con un organigrama funcional que es fácil de entender y definir las responsabilidades de la empresa, de tal manera que existe la comunicación para realizar un trabajo eficiente y colaborativo dentro de la misma. Por otro lado, existe un 33,3% que están de acuerdo en que el organigrama es funcional y que la empresa expresa de forma clara los roles y responsabilidades de cada una de las funciones de sus colaboradores. Sin embargo, existe un 11.1% de los

encuestados que expreso estar en desacuerdo, lo implica falencias en conocimiento sobre un organigrama funcional, sobre sus roles y responsabilidades no están claros o bien definidos lo que podría generar confusión y poca coordinación dentro de la empresa.

3.10. Dimensión: Dirección

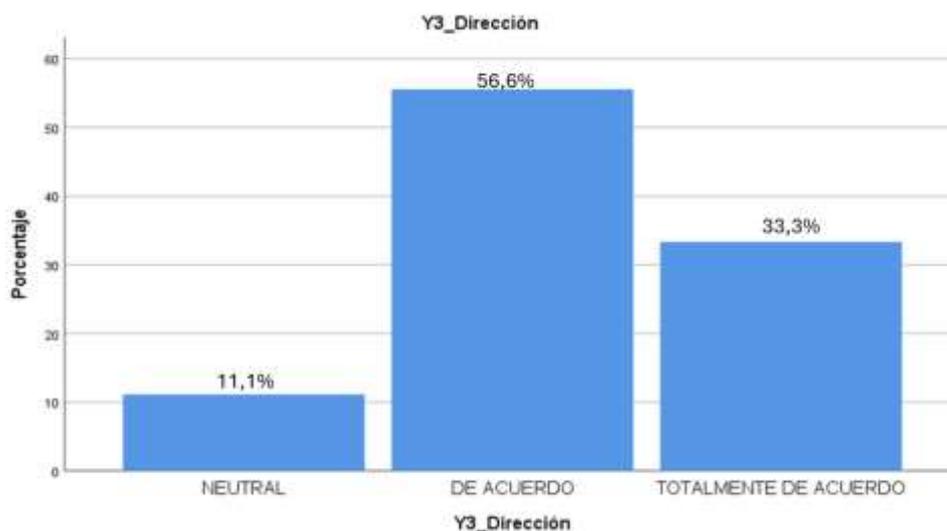
TABLA 12 Dirección

Y3_Dirección

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NEUTRAL	1	11,1	11,1	11,1
DE ACUERDO	5	55,6	55,6	66,7
TOTALMENTE DE ACUERDO	3	33,3	33,3	100,0
TOTAL	9	100,0	100,0	

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 8 Resultados estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.10.1. Análisis

Los resultados obtenidos mediante la encuesta de la dimensión “dirección” la empresa determina que un 55.6% están de acuerdo que esta brinda una excelente motivación para sus trabajadores, como para sus clientes, por lo tanto, esto permite un buen manejo adecuado en los procesos, teniendo como resultados satisfactorios en esta área. Por otro lado, también tenemos como resultados un 33,3% que están totalmente de acuerdo sobre los procesos de motivación implementadas por la empresa, sin embargo, existe un 11,1% que se mantienen neutral, lo que implica que a pesar de no tener un mayor conocimiento o estar de acuerdo con las formas de motivar al personal, tampoco pueden percibir una mejora en área como lo es en la motivación, comunicación y supervisión de este.

3.11. Dimensión: Control

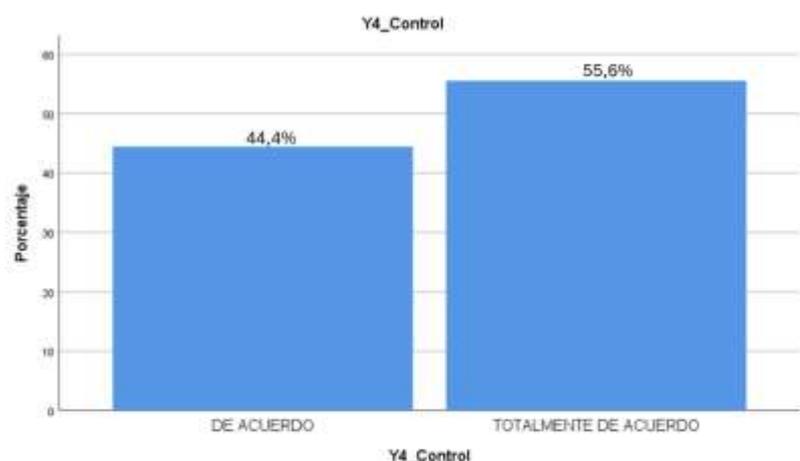
TABLA 13 Control

Y4_Control

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDO	DE ACUERDO	4	44,4	44,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	55,6	100,0
	TOTAL	9	100,0	100,0

Elaborado por Alejandra Tamayo

Ilustración 9 Resultados estadísticos



Elaborado por Alejandra Tamayo

3.11.1. Análisis

La grafica 9 muestra en su dimensión “control” la empresa determina que un 55.6% están totalmente de acuerdo que la empresa satisface de forma significativa las necesidades del cliente, además este aplica la retroalimentación en todos sus procesos, generando una buena comunicación entre sus empleadores y consumidores. Así mismo tenemos un 44.4% que están de acuerdo en que la entidad brinda una buena comunicación entre sus colaboradores, por lo tanto, se puede entender que este grupo puede entender que todos los procesos que la empresa realiza son para la mejora continua.

3.12. Comprobación de Hipótesis

3.12.1. Hipótesis General

1. H1: El plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
2. H0: El plan estratégico no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

TABLA 14 correlaciones de la variable X: Plan Estratégico. Y la variable Y: Gestión Administrativa.

			X_Plan_Estra tégico	Y_Gestión_A dministrativa
Rho de Spearman	X_Plan_Estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,806**
		Sig. (bilateral)	.	,009
		N	9	9
	Y_Gestión_Administrativa	Coefficiente de correlación	,806**	1,000
		Sig. (bilateral)	,009	.
		N	9	9

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por Alejandra Tamayo

La tabla 14 muestra un nivel de correlación de 0,806, con un análisis de significación cuantificado en 0,009 siendo menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que significa que el plan estratégico si influye en la gestión administrativa en la empresa óptica New York, por lo tanto, se puede determinar la importancia de una planificación estratégica para poder lograr la gestión administrativa, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

3.12.2. Hipótesis Específica 1

1. H1: La Filosofía Corporativa influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

2. HO: La Filosofía Corporativa no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

TABLA 15 correlaciones de la dimensión: Filosofía Corporativa. Y la variable Y:
Gestión Administrativa

Correlaciones			X1_Filosofia_Corporativa	Y_Gestión_A dministrativa
Rho de Spearman	X1_Filosofia_Corporativa	Coeficiente de correlación	1,000	,621
		Sig. (bilateral)	.	,074
		N	9	9
	Y_Gestión_Administrativa	Coeficiente de correlación	,621	1,000
		Sig. (bilateral)	,074	.
		N	9	9

Elaborado por Alejandra Tamayo

La tabla 15 muestra un nivel de correlación de 0,621, con un análisis de significación cuantificado en 0,074 siendo mayor a 0,05, lo que indica que la filosofía corporativa no influye en la gestión administrativa, por lo que se procede a rechazar la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.

3.12.3. Hipótesis Específica 2

1. H1: El análisis Interno influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
2. H0: El análisis Interno no influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

TABLA 16 correlaciones de la dimensión: Análisis Interno. Y la variable Y:
Gestión Administrativa

Correlaciones			X2_Análisis_I nterno	Y_Gestión_A dministrativa
Rho de Spearman	X2_Análisis_Interno	Coeficiente de correlación	1,000	-,060
		Sig. (bilateral)	,	,879
		N	9	9
	Y_Gestión_Administrativa	Coeficiente de correlación	-,060	1,000
		Sig. (bilateral)	,879	,
		N	9	9

Elaborado por Alejandra Tamayo

La tabla 16 muestra un nivel de correlación de -0,060, con un análisis de significación cuantificado en 0,879 siendo mayor a 0,05, lo tanto los factores internos no influyen en la gestión administrativa, por lo que se procede a rechazar la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.

3.12.4. Hipótesis Específica 3

1. H1: El análisis Externos influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.
2. H0: El análisis Externos no influye de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

TABLA 17 correlaciones de la dimensión: Análisis Externos. Y la variable Y:
Gestión Administrativa

Correlaciones			X3_Análisis_externo	Y_Gestión_Administrativa
Rho de Spearman	X3_Análisis_externo	Coeficiente de correlación	1,000	,741*
		Sig. (bilateral)	.	,022
		N	9	9
Rho de Spearman	Y_Gestión_Administrativa	Coeficiente de correlación	,741*	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	9	9

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Elaborado por Alejandra Tamayo

La tabla 17 muestra un nivel de correlación de 0,741, con un análisis de significación cuantificado en 0,022 siendo menor a 0,05, lo que significa que los factores externos si influye en la gestión administrativa en la empresa óptica New York, por lo tanto, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

CAPITULO IV

4. DISEÑO DE PROPUESTA

4.1. Titulo

Programa de capacitación integral para el mejoramiento continuo en la gestión administrativa en la óptica New York en la ciudad de Portoviejo.

Introducción

La óptica New York como se ha mencionado se encuentra en la ciudad de Portoviejo, dedicada a la salud ocular, esta empresa contiene una reputación solididad, fruto de su compromiso con la calidad del servicio y productos para posteriormente lograr la satisfacción del público, ofreciendo una gama de productos amplia, sin embargo, al igual que otras entidades empresariales también presenta desafíos en la gestión administrativa demostrado en el estudio previo realizado.

La gestión administrativa eficaz es fundamental para el éxito empresarial esperado, de esta forma se asegura que los procesos tanto dentro como fuera de la institución funcione de forma óptima bajo lo planificado, por medio del estudio realizado se revelo que la óptica necesita mejoras en áreas claves en donde no todo el personal considera que se hacen las cosas de manera efectiva.

La implementación del programa de capacitación integral es el método por el cual se fortalecerá las competencias del personal y generar un sentido de pertinencia y motivación en el ambiente laboral, la implementación de esta estrategia no solo busca mejorar la eficiencia operativa y reducir los tiempos de respuesta, sino que además busca aumentar la calidad del servicio, la alineación de los objetivos empresariales con las habilidades y objetivos personales de los colaboradores de la óptica, generar un clima organizacional positivo.

En pocas palabras la inversión en esta estrategia traerá para la óptica la optimización de procesos internos, la alineación y comunicación efectiva entre los departamentos lo cual es fundamental para la mejora continua, con el fin de percibir la fidelidad del cliente al ofrecer un mejor servicio.

4.2. Objetivo general

Fortalecer las capacidades empresariales de la óptica New York para el mejoramiento continuo y su crecimiento en las gestiones implementadas.

4.2.1. Objetivos específico

- Diseñar un plan de capacitación personalizado que abarque temas como gestión de inventarios, atención al cliente y uso de herramientas tecnológicas específicas para el sector óptico.
- Implementar el programa de capacitación, realizando los ajustes necesarios durante su ejecución inicial para todos los departamentos involucrados.
- Proponer recomendaciones para la sostenibilidad a largo plazo del programa, incluyendo planes de seguimiento y actualización continua.

4.2.2. Justificación

La eficiencia en mejorar la gestión administrativa para la óptima integración más efectiva con el plan estratégico en la óptica New York se fundamenta en los beneficios que conllevaría con sus grupos de interés (stakeholders), por medio de la capacitación se lograra optimizar proceso internos, mejorar la coordinación y comunicación entre departamentos y mejorar el servicio al cliente para su fidelización, fomentando el crecimiento y una permanencia más prolongada en el mercado cada vez más competitivo y cambiante.

4.3. Marco teórico

Según Chiavenato (2007) dice “La capacitación es un proceso informativo educacional de corto plazo, utilizado de forma sistemática y organizada, permitiendo que los colaboradores empresariales obtengan los conocimientos necesarios, además, de mejorar sus habilidades y capacidades en relación de los objetivos previamente definidos”

Según Siliceo (2004) dice “La capacitación se entiende como las actividades que se relacionan con el trabajo de manera directa, pueden ser encontradas en forma sistemáticas y convertidas en un entrenamiento constante, la ayuda que los instructores de la matriz de capacitación imparten es importante, pero el compromiso que el líder debe presentar al respecto es más importante, todo líder debe darle importancia a la capacitación y los procesos que esta conlleva.”

4.4. Importancia de la capacitación

Para Chiavenato (2007) la importancia de la capacitación radica en los medios para preparar y aglutinar al equipo de trabajo ante los nuevos cambios o circunstancias, ya sea para fomentar las reestructuraciones organizacionales o incluso los cambios culturales, para poder crear nuevas estrategias empresariales, para crear y consolidar nuevos productos o servicios, etc.

4.5. Antecedentes

Diana Insuati & Mónica Juez (2016) en su investigación titulada “Plan de Capacitación para el Personal Administrativo de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Pasto” cuya problemática radica en los elementos que debe contener una propuesta de plan de capacitación para el personal administrativo de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Pasto, el propósito principal de esta investigación es generar una propuesta de plan de capacitación para el personal administrativo, el cual permita que los

colaboradores puedan afianzar las competencias personales en las actividades que realizan, la metodología aplicada para determinar los puntos necesarios para la mejora fue por encuestas y análisis estadísticos, para realizar el plan operativo de capacitación.

4.6. Diseño del programa de capacitación

○ Capacitación en la filosofía corporativa

Objetivo:

Fortalecer la comprensión y aplicación de la filosofía administrativa de la óptica.

Contenido:

- Fundamentos de la filosofía corporativa
- Integración de la filosofía corporativa en las actividades laborales

○ Capacitación en la gestión estratégica

Objetivo:

Fortalecer las habilidades en formulación, implementación y evaluación estratégica

Contenido:

- Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)
- Planificación estratégica
- Monitoreo y evaluación estratégica

○ Capacitación en la planificación, organización, dirección y control

Objetivo:

Mejorar las competencias en las diversas áreas de la administración

Contenido:

- Técnicas de planificación y establecimiento de metas

- Estructuración de trabajo
- Organización de trabajo
 - **Capacitación en innovación y mejora continua**

Objetivo:

Fomentar la importancia de adaptación al cambio para evitar la resistencia al cambio y la mejora continua.

Contenido:

- Métodos y herramientas para la innovación
- Gestión del cambio
- Mejora de procesos
- Evaluación continua

4.7. Metodología de implementación

La metodología radica proponer recomendaciones para la sostenibilidad a largo plazo del programa, incluyendo planes de seguimiento y actualización continua.

Además, se implementará capacitaciones en grupo para temas de índole general, como información principal y conceptos fundamentales, también se implementarán capacitaciones individuales para puntos más específicos en las labores de cada persona.

Se realizará un seguimiento y evaluación de manera continua para asegurar la efectividad y sostenibilidad del programa implementado, las evaluaciones se realizarán de forma periódica, se analizarán indicadores de rendimiento, además de entrevistas para posteriormente elaborar informes de progreso con el fin de evaluar el impacto del programa de capacitación.

4.7.1. Plan de implementación

TABLA 18 Plan de implementación

<i>Estrategia</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Acciones</i>	<i>Recursos</i>	<i>Responsables</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Presupuesto</i>
Programa de capacitación integral para la mejora continua en la optica New York en la ciudad de Portoviejo.	General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación en la filosofía corporativa 2. Capacitación en la gestión estratégica 3. Capacitación en la planificación, organización, dirección y control 4. Capacitación en innovación y mejora continua 	Material didactico. Espacio para la capacitación Proyector y computador. Evaluación y encuesta de satisfacción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerente de recursos humanos y consultor externo de filosofía corporativa 2. Gerente de recursos humanos y consultor externo de gestión estratégica 3. Gerente de recursos humanos y consultor externo en administración 4. Gerente de recursos humanos y consultor externo en innovación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1 mes (8 horas divididas en 2 horas por semana) 2. 2 meses (12 horas divididas en 3 horas cada dos semanas) 3. 4 meses (14 horas divididas en 4 horas los tres primeros meses y 2 horas el cuarto mes) 4. 3 meses (12 horas divididas en 4 horas mensuales) 	Honorarios 3000 USD Material didactico 450 USD Refrigerios 200 USD Alquiler del salon para la capacitación 400 USD
	Específicos					
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de capacitación personalizado que abarque temas como gestión de inventarios, atención al cliente y uso de herramientas tecnológicas específicas para el sector óptico. • Implementar el programa de capacitación, comenzando con sesiones piloto para ajustes y posteriormente extendiéndolo a todos los departamentos involucrados. • Proponer recomendaciones para la sostenibilidad a largo plazo del programa, incluyendo planes de seguimiento y actualización continua. 					
						Total: 4050 USD

Elaborado por Alejandra Tamayo.

4.7.2. Evaluación del programa.

Indicadores de éxito:

- Medición de mejora en tiempo de respuesta después de las capacitaciones.
- Reducción de errores administrativos.
- Incremento de la satisfacción de la cliente evaluada por medio de encuestas post después de las capacitaciones y análisis de datos.

Métodos de evaluación

- Entrevistas con los empleados.
- Análisis de KPIs antes y después de la capacitación.
- Comparación de datos de desempeño.

4.7.3. Impacto esperado.

Resultados que se esperan

- 20% en la mejora operativa.
- 15% en reducción de quejas de clientes.
- 20 % en la satisfacción del cliente.

Beneficios empresariales

- Mayor moral interna.
- Desarrollo profesional.
- Fortalecimiento de la imagen de marca de Óptica New York como líder en servicio al cliente en Portoviejo.

Conclusión

Por lo tanto, se puede concluir que un plan estratégico bien estructurado no solo influye positivamente en la gestión administrativa de la Óptica New York, sino que es un factor crucial para el éxito organizacional. Estos hallazgos subrayan la necesidad de una planificación estratégica continua y adaptativa para enfrentar los desafíos del entorno competitivo y garantizar un crecimiento sostenible en el largo plazo.

Se evaluaron tres componentes específicos del plan estratégico: la Filosofía Corporativa, el análisis interno y el análisis externo. La Filosofía Corporativa no mostró una influencia significativa en la gestión administrativa, con un coeficiente de correlación de 0.621 y un nivel de significación de 0.074. Esto sugiere que, aunque los principios y valores de la empresa son importantes para la cultura organizacional, no son determinantes directos en la eficiencia administrativa.

El análisis interno también resultó no ser significativo, con un coeficiente de correlación de -0.060 y un nivel de significación de 0.879. Esto indica que los factores internos, como los recursos y capacidades, no influyen de manera decisiva en la gestión administrativa de la empresa. Estos resultados sugieren que, sin una orientación estratégica adecuada, los recursos internos no logran impactar positivamente la gestión.

En contraste, el análisis externo mostró una influencia significativa en la gestión administrativa, con un coeficiente de correlación de 0.741 y un nivel de significación de 0.022. Este resultado destaca la importancia de factores como el entorno económico, las condiciones del mercado y la competencia en la efectividad de la gestión administrativa. La capacidad de la empresa para adaptarse a estos factores externos es clave para su éxito.

La propuesta de la tesis incluye un plan de acción para mejorar la gestión administrativa, centrado en la revisión continua del plan estratégico, la capacitación del

personal y la implementación de herramientas de seguimiento y evaluación. Este plan busca fortalecer la adaptabilidad de la empresa a los cambios externos y maximizar el uso de sus recursos internos.

Recomendaciones

- 1. Capacitación continua:** con la ayuda de la implementación del programa de capacitación, asegurará que todo el personal tenga los conocimientos adecuados para el manejo correcto de sus procedimientos y procesos de la empresa.
- 2. Evaluación y seguimiento:** Es de suma importancia que la entidad realice evaluación periódica del programa de capacitación para asegurar su efectividad.
- 3. Gestión Estratégica:** A través de la capacitación y establecimientos de metas, ayudara a que los empleados puedan cumplir los objetivos de la empresa logrando una mejor eficiencia en la toma de decisiones
- 4. Innovación y mejora continua:** crear un entorno donde los empleados se conforme y motivados a aportar ideas para logra un mejor trabajo en conjunto, no solo eso, pueden implementar talleres como diseñando pensado.
- 5. Recursos adecuados:** brindar los materiales necesarios para una perfecta capacitación, ya sea de materiales didácticos. Espacios adecuados, proyectores, etc.
- 6. Asignar un presupuesto** para cubrir todos los gastos y materiales relacionado a la capacitación

Bibliografía

- Aguilar, A. S. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal* (Cuarta ed.). (G. N. Editores, Ed.) Ciudad de Mexico, Mexico: Limusa. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=CJhlsrSuIMUC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- CHIAVENATO, I. (2007). *Administración* (Octava ed.). (R. A. Alayón, M. Toledo Castellanos, & J. Mares Chacón, Edits.) Ciudad de Mexico, Mexico: McGraw Hill Education . Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/550fe4eb12c34ed49b9b0b6760f5a289.pdf>
- Ifante, H., & Rivera, R. (2019). *repositorio.uss.edu.pe*. Obtenido de [repositorio.uss.edu.pe: https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8104/Infante%20Rojas%20H%c3%a9ctor%20%26%20Herrera%20Cabanillas%20Elqui_.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8104/Infante%20Rojas%20H%c3%a9ctor%20%26%20Herrera%20Cabanillas%20Elqui_.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Ifante, H., & Herrera, E. (2019). *Propuesta de Plan Estratégico para Mejorar la Gestión Administrativa de la Empresa Radial Genial-Bambamarca*. Perú .
- Insuasti & Juez, Diana Marcela Insuasti López Mónica Andrea Juez Pardo. (2016). *Plan de Capacitación para el Personal Administrativo de la Universidad Cooperativa de*. Tesis universitaria, Universidad Jorge Tadeo Lozano - Universidad Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pasto.
doi:20.500.12010/25309

- Pilay, E. (2019). *Plan estratégico para la competitividad de RIPSA Empresa de Ingeniería y Proyectos, en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. La libertad.*
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). The research protocol III. Study population. *Revista Alergia Mexico*, 63(2), 201–206.
<https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Baque, E., & Hidalgo, G. (2023). Gestión administrativa en la rentabilidad de la empresa montecuatorhats del cantón Montecristi. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 7(12), 59–81.
<https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/312/496>
- Barberán, R., & Díaz, F. (2019). La auditoría interna de sistemas en la gestión empresarial. *Cofin Habana*, 13(2), 16–24. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3471630>
- Chang, M., Villacrés, S., Viscaíno, M., & Gallegos, C. (2020). Modelo de auditoría para evaluar la gestión de mantenimiento de activos físicos. *ConcienciaDigital*, 3(1.2), 104–122.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1189/2880>
- Cienfuegos, M., & Cienfuegos, A. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* [revista en Internet] 2016 [acceso noviembre de 2021]; 7(13): 1-22. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 7(13). <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v7n13/2007-7467-ride-7-13-00015.pdf>
- Córdova, E. (2022). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de las empresas de multiservicios del cantón la Maná, provincia de Cotopaxi, año 2022* [Tesis. Lic. en Administración de Empresas. Universidad Técnica de Cotopaxi. EC.].
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9132/1/UTC-PIM-000563.pdf>

- Guillen, X. (2022). Gestión administrativa de la unidad nacional de almacenamiento. en el Cantón Quevedo, Provincia los Ríos. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 2(8.), 333–339.
- Haro, F., Cordova, N., & Alvarado, M. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 88–105. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.167>
- Haro, J., Fonseca, G., & Zamora, P. (2020). Modelos de datos en la administración empresarial. *KnE Engineering*, 2020, 697–716. <https://doi.org/10.18502/keg.v5i2.6292>
- Imán, M., & Reque, J. (2020). *Gestión de mantenimiento para incrementar la eficiencia global de los equipos de la empresa tablenorte A.A.C. La Victoria - sede principal* [Tesis. Ing. Industrial. Universidad Señor de Sipán. Perú]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7814/Imán>
- Manobanda, C. (2023). *Plan comercial para incrementar las ventas de la óptica O.M. Vision de la ciudad de Guayaquil* [Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. EC]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/19326/1/12T01713.pdf>
- Monroy Ceseña, M. A., & Urcádiz Cázares, F. J. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48, 1–22. <https://doi.org/10.35426/iav48n123.06>
- Muñoz, M. del P., Cabrita, M. do R., Ribeiro da Silva, M. L., & Diéguez, G. (2015). Técnicas de gestión empresarial en la globalización. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3), 346–357. <https://doi.org/10.31876/rcs.v21i3.25736>
- Ninahuanca, A. (2022). *Satisfacción laboral y compromiso organizacional del área de administración de una entidad pública, Lima, 2022*.
- Palma, R. J. C., Merizalde, C. K. B., & Flores, F. M. F. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. *RECIMUNDO*, 2(1 SE-Artículos de Revisión). <https://doi.org/10.26820/recimundo/2.1.2018.625-644>
- Pineda-Henao, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 7(1), 9–25. <https://doi.org/10.22579/23463910.182>

- Poma, J. (2021). El rol de la afectividad en la educación ambiental. *Revista de Investigación Psicológica*, 25, 101–112.
http://www.scielo.org.bo/pdf/rip/n25/n25_a09.pdf
- Proaño, M., Orellana, S., & Martillo, I. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación digital de la empresa actual. *Espacios*, 39(45), 3–7. <http://es.revistaespacios.com/a18v39n45/a18v39n45p03.pdf>
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609964241005>
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). Metodología y diseños en la investigación científica. In *Business Support Anneth: Vol. 5ta e*.
- Suárez, D. (2016). *Caracterización socioproductiva del proceso de producción de la paja toquilla (Carludovica palmata) en la comuna barcelona, provincia de Santa Elena* [Tesis. Ing, en administración de empresas agropecuarias y agronegocios. Universidad Estatal Península de Santa Elena. EC].
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4290/1/UPSE-TAA-2018-0011.pdf>
- Suárez Galeano, L. (2019). La gestión empresarial en la globalización 4.0 y su impacto en las mipymes colombianas. *Eficiencia*, 1(4), 13.
- Torres, O., Enríquez, J., & Vallejos, A. (2019). Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra - Ecuador. *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 3(1), 14.
<https://www.revistaholopraxis.com/index.php/ojs/article/download/104/pdf>
- Torres, O., Uvidia, K., & Carapas, A. (2021). Análisis del desarrollo y la cultura organizacional en microempresas familiares en el cantón Bolívar. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(3), 21.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8n3/2007-7890-dilemas-8-03-00045.pdf>
- Valdez, Y., Marentes, R., Correa, S., Hernández, R., Enríquez, I., & Quintana, M. (2022). Nivel de estrés y estrategias de afrontamiento utilizadas por estudiantes de la licenciatura en Enfermería. *Enfermería Global*, 21(1), 248–270.
<https://doi.org/10.6018/eglobal.441711>

- Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L., & Villareal, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista Geon*, 6(2), 1–8.
<https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159/155>
- Velásquez, J., Larrañaga, G., & Sarmiento, Á. (2016). La importancia de formalizar empresa con potenciales emprendedores de la localidad de Bosa, bajo un entorno de globalización económica y desarrollo social. *Mundo FESC*, 6(11), 80–90.
- Ventura, J. (2017). ¿ Población o muestra ? : Una diferencia necesaria Population or sample ? A necessary difference. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 648–649. <https://www.redalyc.org/pdf/214/21453378014.pdf>
- Victorino, F., Rodríguez, J., & Álvarez, C. (2019). *Elaboración de Modelo financiero y de gestión del conocimiento, que garantice el normal funcionamiento de la facultad de administración de empresas desde la perspectiva económica – financiera y la generación de conocimiento*. [Universidad Santo Tomas. Colombia]. <http://hdl.handle.net/11634/22374>

ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES Y DIMENSIONES
¿De que manera un plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa en la empresa óptica New York. ?	Diseñar un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de portoviejo.	H1: El plan estratégico influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo. H0: El plan estratégico no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN ESTRATÉGICO 1. Filosofía Corporativa 2. Factores Internos 3. Factores Externos
PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	
¿Cómo influyen la Filosofía Corporativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?	Analizar cómo la Filosofía Corporativa influye en la gestión administrativa de Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	H1: La Filosofía Corporativa influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo. H0: La Filosofía Corporativa no influye para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	
¿Cómo influyen los factores Internos para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?	Determinar como influyen los factores internos en la gestión administrativa de Óptica New York en la ciudad Portoviejo.	H1: EL Analisis Internos influyen de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo. H0: EL Analisis Internos no influyen de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	VARIABLE DEPENDIENTE: GESTIÓN ADMINISTRATIVA 1. Planificación 2. Organización 3. Dirección 4. control
¿Cómo influyen los factores Externo para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo?	Como influye los factores externos en la gestión administrativa de Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	H1: Los Analisis Externos influyen de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo. H0: Los Analisis Externos no influyen de manera significativa para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York en la ciudad de Portoviejo.	

Anexos de encuestas escala Likert

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA ANALIZAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA ÓPTICA NEW YORK

Soy Alejandra estudiante de la carrera Administración de empresas, octavo semestre de la ULEAM, el presente cuestionario tienen como fin diseñar un plan estratégico para analizar la gestión administrativa de la empresa Óptica New York de la ciudad de Portoviejo. Es importante hacer referencia que los datos obtenidos serán únicamente utilizados con fines académicos. Gracias por su colaboración

1. FILOSOFÍA CORPORATIVA *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1. ¿La misión y visión de la empresa están claramente comunicadas a los empleados?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿La empresa refuerza regularmente los valores corporativos entre el personal?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ¿Los empleados adoptan y practican los valores corporativos en su trabajo diario?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ¿La empresa fomenta activamente la adopción de sus valores corporativos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ANALISIS INTERNOS *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
5. ¿Los principales recursos humanos, tecnológicos y financieros de la empresa están identificados?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. ¿Las fortalezas internas de la empresa están claramente evaluadas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ¿Se han identificado correctamente las debilidades en los procesos operativos y administrativos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ¿La gestión de las debilidades identificadas es efectiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ANÁLISIS EXTERNO *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
9. ¿Las oportunidades externas se evalúan adecuadamente en el contexto de la empresa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ¿Se han diseñado estrategias efectivas para aprovechar las oportunidades del entorno?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. ¿Se han identificado las principales amenazas externas que pueden afectar a la empresa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. ¿La empresa cuenta con planes de contingencia para mitigar las amenazas del entorno?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. PLANIFICACIÓN *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
13. ¿La empresa dispone de objetivos claros en cada actividad que se ejecuta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. ¿Cuenta la empresa con proyecciones y seguimiento de ventas adecuados?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ORGANIZACIÓN *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
15. ¿La empresa cuenta con un organigrama funcional correcto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. DIRECCIÓN *

...

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
16. ¿La organización proporciona una excelente motivación tanto para los colaboradores como para los clientes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. ¿Existe una comunicación excelente entre jefes y colaboradores?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. ¿Se mantiene una supervisión adecuada en cada uno de los procesos de la empresa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. CONTROL *

	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
19. ¿La empresa posee estándares de calidad definidos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. ¿Existe una satisfacción excelente entre los clientes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. ¿Se aplica la retroalimentación de los procesos y productos que brinda la empresa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Foto con la dueña de la Óptica New York



Foto de la óptica

