



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresa**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Título de la Investigación

“Planificación estratégica para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.”

Autora:

Dayana Jacqueline Tigua Borrero

Tutora:

Ing. Ana Palma Avellán, PhD

Manta – Manabí - Ecuador

2022

Certificación de la tutora

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo un total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es “**Planificación estratégica para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde la Señora **Tigua Borrero Dayana Jacqueline**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021-2022, quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 03 de Agosto de 2022.

Lo certifico,



Ing. Ana Palma Avellán. PhD

Docente Tutor

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 02 de agosto del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación de la estudiante Tigua Borrero Dayana Jacqueline, en la modalidad de Proyecto de Investigación, su análisis presenta el 4% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:

**Document Information**

Analyzed document TESIS FINAL DAYANA TIGUA B (1).docx (D142615813)
Submitted 8/3/2022 12:56:00 AM
Submitted by Palma Avellan Ana Manuela
Submitter email ana.palma@uleam.edu.ec
Similarity 4%
Analysis address ana.palma.uleam@analysis.urkund.com

Lo certifico,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ana Palma Avellan", enclosed in a rectangular box.

Ing. Ana Palma Avellán, PhD

Docente Tutor

Aprobación del Trabajo

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulado con los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la facultad de Ciencias Administrativas en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Lacia "Eloy Alfaro de Manabí".

JURADO



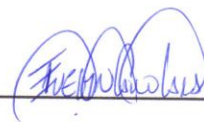
Presidente del Tribunal

Ing. Bayas Zambrano Carmen Marieta



Miembro Tribunal

Ing. Calderon Zamora Oscar Xavier



Miembro Tribunal

Ing. Cano Lara Evelyn Dyann



Ing. Ana Palma Avellán, PhD

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre por ser el pilar más fundamental de mi vida. A mi padre que, a pesar de nuestra distancia física, siento que está conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que estarías muy orgulloso de mi. A mi mami Alba por todo su apoyo incondicional y ayudarme en todo momento. A mi esposo por ser mi fortaleza y darme los ánimos de seguir y a mis hijos por ser mi propósito de superación.

Dayana Tigua Borrero

Agradecimiento

Primero, antes que nada, dar gracias a Dios, que ha estado conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este periodo académico.

Agradezco a mis padres, esposo e hijos por todo el apoyo en mis estudios, darme la fortaleza que necesito para seguir adelante. Para mi padre que está en el cielo es este logro más en mi vida.

Un agradecimiento especial a todos los docentes durante todo este periodo académico por el apoyo incondicional y la plena confianza que depositaron en mí, por guiarme en esta etapa de aprendizaje, por la colaboración, paciencia y sobre todo esa gran amistad que me brindaron para llevar a cabo mis estudios.

Dayana Tigua Borrero

Índice General

Certificación de la tutora	II
1 CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD	III
Aprobación del Trabajo	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice General	VII
Índice De Tablas	X
Índice De Figuras	XII
Resumen	XIV
Abstract	XV
Introducción	16
2 Capítulo I	18
2.1 Diseño Teórico	18
2.1.1 Formulación del problema	18
2.1.2 Objeto de la investigación	19
2.1.3 Formulación de los Objetivos de la Investigación	19
2.1.4 Delimitación	20
2.1.5 Formulación de la Hipótesis	20
2.1.6 Definición de las variables	20
2.1.7 Operacionalización de las variables	21
2.1.8 Matriz de consistencia	22
2.1.9 Justificación	24
3 Capítulo II: Marco teórico de la Investigación	25
3.1 Antecedentes de la investigación	25

3.2	Bases teóricas	29
3.2.1	Conceptualización de Estrategia	29
3.2.2	Planificación estratégica	29
3.2.3	Proceso de planificación estratégica	30
3.2.4	Gestión Empresarial.....	32
3.2.5	Gestión efectiva	33
4	Capítulo III: Metodología	38
4.1	Diseño metodológico.....	38
4.2	Tipo y diseño de la investigación	38
4.3	Población de Estudio.....	39
4.4	Tamaño de la Muestra	39
4.5	Técnicas de recolección de datos	39
4.6	Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a empleados de la empresa comercializadora “El Original”	40
	Dimensión VI: Formulación y Planteamiento	40
	Dimensión VI: Implementación y Dirección	43
	Dimensión VI: Evaluación y control	50
	Dimensión VD: Identificación.....	58
	Dimensión VD: Organización.....	60
	Dimensión VD: Ejecución	67
	Dimensión VD: Control.....	70
4.7	Análisis de resultados Encuestas.....	73
4.8	Evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control.	76

4.9	Evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control.....	77
4.10	Comprobación de Hipótesis.....	77
4.10.1	Comprobación de la Hipótesis Específica 2	80
5	Capítulo IV: Propuesta.....	82
5.1	Título.....	82
1.1	Empresa.....	82
1.2	Antecedente.....	82
1.3	Desarrollo de la Propuesta.....	83
1.3.1	Misión	83
1.3.2	Objetivo.....	83
1.3.3	Plan Estratégico	84
1.4	Costo e Implementación de la Propuesta	86
	Conclusiones.....	89
	Recomendaciones	90
	Bibliografía.....	91
	Anexos.	94

Índice De Tablas

Tabla 1. <i>Matriz de operacionalización de las variables</i>	21
Tabla 2. <i>Matriz de consistencia</i>	22
Tabla 3. <i>Diagnóstico situacional de la empresa</i>	40
Tabla 4. <i>Visión de la empresa</i>	41
Tabla 5. <i>Valores de la institución</i>	42
Tabla 6. <i>Metas mensuales, anuales de la empresa</i>	43
Tabla 7. <i>Planes en las áreas de la empresa</i>	44
Tabla 8. <i>Planes a corto, mediano y largo plazo de la empresa</i>	45
Tabla 9. <i>Objetivos estratégicos de la empresa</i>	46
Tabla 10. <i>Estructura de un plan estratégico</i>	47
Tabla 11. <i>Análisis PEST</i>	48
Tabla 12. <i>Matriz FODA</i>	49
Tabla 13. <i>Indicadores estratégicos</i>	50
Tabla 14. <i>Herramienta de control</i>	51
Tabla 15. <i>indicadores a ser evaluados</i>	52
Tabla 16. <i>Plan vigente de la Empresa</i>	53
Tabla 17. <i>el planeamiento estratégico ayudara a mejorar la gestión de la empresa?</i> ..	54
Tabla 18. <i>¿Cree que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones?</i>	55
Tabla 19. <i>¿Conoce si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados?</i>	56
Tabla 20. <i>¿Cree usted que la empresa evalúa la ejecución del plan?</i>	57
Tabla 21. <i>¿Conoce si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias?</i>	58
Tabla 22. <i>¿Conoce si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción?</i> .	59
Tabla 23. <i>¿Conoce si la empresa cuenta con un organigrama?</i>	60
Tabla 24. <i>El personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades</i>	61
Tabla 25. <i>¿Conoce si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información?</i>	62
Tabla 26. <i>¿Conoce si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño?</i> .	63
Tabla 27. <i>¿Conoce las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada?</i>	64

Tabla 28. <i>¿Usted ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa?</i>	65
Tabla 29. <i>¿Usted ha participado en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa?</i>	66
Tabla 30. <i>¿Conoce Ud.Si la toma de decisiones es ágil y oportuna?</i>	67
Tabla 31. <i>¿Conoce Ud. si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo?</i>	68
Tabla 32. <i>¿Conoce Ud. si la gerencia utiliza un estilo participativo?</i>	69
Tabla 33. <i>¿Conoce si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa?</i> .	70
Tabla 34. <i>¿Conoce sobre los indicadores de gestión empresarial?</i>	71
Tabla 35. <i>¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.?</i>	72
Tabla 36. <i>Análisis de resultados de la encuesta</i>	73
Tabla 37. <i>Medición de las dimensiones de la variable independiente</i>	76
Tabla 38. <i>Medición de las dimensiones de la variable independiente</i>	77
Tabla 39. <i>Relación Planificación Estratégica y Gestión Empresarial</i>	78
Tabla 40. <i>Diseño del Plan Estratégico</i>	84
Tabla 41. <i>Costo e Implementación de la Propuesta</i>	86

Índice De Figuras

Figura 1. <i>Etapas del plan estratégico</i>	31
Figura 2. <i>Dimensiones de la gestión</i>	33
Figura 3. <i>Diagnóstico situacional de la empresa</i>	40
Figura 4. <i>Visión de la empresa</i>	41
Figura 5. <i>Valores de la institución</i>	42
Figura 6. <i>Metas mensuales, anuales de la empresa ales</i>	43
Figura 7. <i>Planes en las áreas de la empresa</i>	44
Figura 8. <i>Planes a corto, mediano y largo plazo de la empresa</i>	45
Figura 9. <i>Objetivos estratégicos de la empresa</i>	46
Figura 10. <i>Estructura de un plan estratégico</i>	47
Figura 11. <i>Análisis PEST</i>	49
Figura 12. <i>Matriz FODA?</i>	50
Figura 13. <i>Indicadores estratégicos</i>	51
Figura 14. <i>Herramienta de control</i>	52
Figura 15. <i>Indicadores a ser evaluados</i>	53
Figura 16. <i>Plan vigente de la Empresa</i>	54
Figura 17. <i>El planeamiento estratégico mejorar la gestión de la empresa</i>	55
Figura 18. <i>Implementación de un plan estratégico</i>	56
Figura 19 <i>Procedimientos del plan estratégico</i>	57
Figura 20. <i>Evaluación de la ejecución del plan</i>	58
Figura 21. <i>Objetivos y estrategias</i>	59
Figura 22. <i>Metas, políticas y planes de acción</i>	60
Figura 23. <i>Organigrama de la empresa</i>	61
Figura 24. <i>Funciones y responsabilidades de la empresa</i>	62
Figura 25. <i>Sistemas de autoridad e información de la empresa</i>	63
Figura 26. <i>Normas y métodos para medir el desempeño</i>	64
Figura 27. <i>Fases de implementación en la gestión empresarial planeada</i>	65
Figura 28. <i>Elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa</i>	66
Figura 29: <i>Elaboración de la propuesta de gestión de su empresa</i>	67
Figura 30. <i>¿ Decisiones ágiles y oportuna de la empresa</i>	68

Figura 31. <i>Proceso de comunicación eficiente y efectivo de la empresa</i>	69
Figura 32. <i>Estilo participativo de la empresa</i>	70
Figura 33. <i>Control permanente de la gestión de la empresa</i>	71
Figura 34. <i>Indicadores de gestión empresarial</i>	72
Figura 35. <i>Sistema de control de las ventas, inventarios, control financiero de la empresa</i>	73
Figura 36. <i>Gráfico de dispersión fuente</i>	79
Figura 37. <i>Puntuaciones de las Dimensiones de la VI Planificación Estratégica</i>	79
Figura 38. <i>Puntuaciones de las Dimensiones de la VD Gestión Empresarial</i>	80

Resumen

El presente proyecto de investigación titulado “Planificación estratégica para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.” tiene como principal objetivo diseñar un plan estratégico que mejore la gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuesto fuera de borda “El Original”, las cuales tienen como principales dimensiones: **formulación y planteamiento; implementación y dirección; y evaluación y control**. Para la elaboración de esta investigación se utiliza la metodología de investigación cuantitativa a través del estudio descriptivo, con un diseño de investigación No experimental, utilizando para la técnica de recolección de datos la encuesta, la cual se la realizó a trece empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta, obteniendo como resultado que la Planificación estratégica permite mejorar la gestión empresarial de la empresa “El Original” de la ciudad de Manta. Como alternativa de solución al problema, se elabora una propuesta de plan estratégico que permita a la empresa contar con estrategias que conlleven el incremento de las ventas, el posicionamiento de la marca en los consumidores mantenses, mejora de la productividad y la optimización de los procesos de la empresa.

Palabras claves: Planificación estratégica, gestión empresarial, calidad, posicionamiento, optimización

Abstract

The present research project entitled "Strategic planning for the improvement of the management of the outboard spare parts trading company "El Original" in Manta." Its main objective is to design a strategic plan that improves the business management of the outboard spare parts marketing company "El Original", which have as main dimensions: formulation and approach; implementation and directions; and evaluation and control. For the elaboration of this research, the quantitative research methodology is used through the descriptive study, with a non-experimental research design, using the survey for the data collection technique, which was carried out on thirteen employees of the trading company. of outboard spare parts "El Original" of the city of Manta, obtaining as a result that the Strategic Planning allows to improve the business management of the company "El Original" of the city of Manta. As an alternative solution to the problem, a strategic plan proposal is drawn up that allows the company to have strategies that lead to increased sales, brand positioning among consumers, improved productivity and optimization of processes. of the company.

Keywords: strategic planning, business management, quality, positioning, optimization

Introducción

La planificación estratégica es el punto de partida del trabajo planificado y es de suma importancia para determinar efectivas estrategias y planes de acción de una empresa comercial. Este proceso se enfoca en el desarrollo de una empresa, conformando una misión para la misma, que determina la orientación a largo plazo de las actividades comerciales con el fin de ganar una alta imagen y una posición estable en el mercado. El objetivo principal de la planificación estratégica es seleccionar las direcciones y actividades más efectivas de la empresa para obtener los máximos resultados al menor costo total. Se forma teniendo en cuenta las condiciones y factores específicos del entorno externo e interno. Debe estar justificado por una declaración de misión claramente articulada de la empresa, es decir eligiendo las formas óptimas de penetración en el mercado, diversificando líneas de negocio, las principales opciones de soluciones para retener e incrementar la participación de la empresa en el mercado con ingresos proyectados.

La relevancia del tema elegido se debe a la situación actual de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original", que se caracterizan por una alta incertidumbre del entorno externo, que requiere un desarrollo continuo y sistémico y la realización activa de su potencial. Una forma de lograr objetivos de desarrollo eficaces es mediante una planificación estratégica rigurosa. Uno de los problemas más importantes es la de generar un sistema de gestión capaz de proporcionar un alto efecto económico de los procesos comerciales clave para lograr ventajas competitivas de la empresa.

El almacén "EL ORIGINAL" inicio sus operaciones comerciales el 8 de mayo del 2017 en el cantón Manta, la empresa se dedica a la comercialización en el mercado marino tanto público como privado, de repuesto de barco de la marca YAMAHA todo original, al por menor y mayor. La empresa ofrece una amplia gama de productos con fin de satisfacer las necesidades del consumidor. Gracias a su experiencia logística y su conocimiento técnico, esta empresa ofrece piezas de repuesto que cumplen con todos los requisitos técnicos teniendo en cuenta los intereses de los clientes. La empresa brinda una solución integral para los motores fuera de borda con productos de la más alta calidad con un funcionamiento óptimo y eficiente. Entre sus empresas filiales se encuentra Almacén Juan Eljuri, talleres Kurata, Tuttomotor entre otros.

Es fundamental destacar la importancia de la investigación para la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original", porque a través de esta se podrá

validar la incidencia de la planificación estratégica en la mejora de la gestión, permitiendo el diseño de estrategias que permitan el incremento de las ventas, el posicionamiento de la marca en los consumidores mantenses, mejora de la productividad y la optimización de los procesos de la empresa.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán el gerente y los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original", los clientes y empresas y la ciudadanía en general. Además, desde el punto de vista académico este estudio servirá de base para otras investigaciones de similares características y para las empresas comerciales que tendrán la posibilidad de analizar la propuesta y poder aplicarla según sus necesidades.

Para el desarrollo de esta investigación se hará uso de recursos propios, del apoyo del tutor de titulación y docentes de la facultad quienes brindarán su asesoramiento para el desarrollo de la propuesta. También se tiene el acceso a información bibliográfica en la plataforma e-Libros de la ULEAM y en los repositorios y bases de datos de universidades y revistas científicas. Además, se cuenta con la ayuda de la empresa "El Original" para la recopilación de datos relevantes para la investigación.

Capítulo I

2.1 Diseño Teórico

2.1.1 Formulación del problema

La ciudad de Manta se caracteriza por su actividad pesquera, la cual genera varios tipos de negocios entre ellos las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos fuera de borda. Este tipo de empresas en su mayoría han tenido pérdidas significativas en los dos últimos años debido a la pandemia del Covid-19, lo cual ocasionó el cierre de varias de ellas o la reducción de las ventas en otras.

La presente investigación tiene como fin el análisis de estrategias empresariales en la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original", la misma que en la actualidad presenta disminución en las ventas y por consecuencia la reducción de los beneficios generados.

Otras de las dificultades a las que se enfrenta la empresa "El Original" son: el atraso de los pagos de créditos otorgados a los clientes, los tiempos de veda (de dos a tres meses al año) donde se ven reducidas las ventas en un 60%; inexistencia de un sistema informático que permita el manejo de la información de todas las áreas de la empresa, sólo cuenta con sistema de gestión de inventario. En cuanto a la parte de marketing la empresa no cuenta con una estrategia de promoción y difusión de los servicios que ofrece siendo esta una desventaja frente a sus competidores.

Es de destacar que en épocas de crisis se agrava enormemente la pugna competitiva, en la que ganan aquellas empresas que han logrado alcanzar grandes ventajas competitivas. La gestión empresarial ineficaz desperdicia enormes recursos sin lograr los resultados esperados por la empresa "El Original".

Problema Científico General

¿Cuál es la relación entre la planificación estratégica y la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original"?

Problemas Específicos

Problema Específico 1

¿Cuál será el nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control?

Problema Específico 2

¿Cuál será el nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **identificación, organización, ejecución y control**?

2.1.2 Objeto de la investigación

El objeto de la investigación será diseñar lineamientos de un plan estratégico que mejore la gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuesto fuera de borda "El Original".

2.1.3 Formulación de los Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la relación entre la planificación estratégica y la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.

Objetivos específicos

Objetivo Específico 1

- Evaluar el nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control**.

Objetivo Específico 2

- Evaluar el nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **identificación, organización, ejecución y control**.

2.1.4 Delimitación

Delimitación Espacial

La investigación se desarrollará en la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" ubicada en el barrio La Ensenadita en la calle 4 y avenida 24 de mayo.

Delimitación Temporal

El proyecto se realizará desde el 2 de enero del 2022 al 2 de julio del 2022.

Delimitación conceptual

En esta investigación se tratará principalmente sobre la variable independiente planificación estratégica y sus dimensiones: “formulación y planteamiento”, “implementación y dirección”, y “evaluación y control” y la variable gestión empresarial y sus dimensiones: “identificación, organización, ejecución y control”.

2.1.5 Formulación de la Hipótesis

Hipótesis general

Las variables Planificación estratégica y la gestión empresarial de la empresa “El Original” están relacionadas.

Hipótesis Específica 1

- La evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control** superan el puntaje del promedio requerido.

Hipótesis Específica 2

- La evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **identificación, organización, ejecución y control** superan el puntaje del promedio requerido.

2.1.6 Definición de las variables

Variable Independiente: Planificación estratégica

Variable Dependiente: Gestión empresarial

2.1.7 Operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

<i>Matriz de Operacionalización de las Variables</i>			
<i>Variable Independiente</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems</i>
<i>Planificación Estratégica</i>	<i>Formulación y Planteamiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Objetivos de largo plazo</i> • <i>Análisis e identificación</i> • <i>Formulación</i> 	<i>P1, P2 y P3</i>
	<i>Implementación y Dirección</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Objetivos a corto plazo</i> • <i>Políticas</i> • <i>Estrategias</i> • <i>Motivación</i> 	<i>P4, P7, P8, P11, P26, P27, y P28</i>
	<i>Evaluación y control</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Análisis estratégico</i> • <i>Proyecto</i> 	<i>P5, P6, P9, P10, P12, P13, P30, y P33</i>
<i>Variable Dependiente</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems</i>
<i>Gestión empresarial</i>	<i>Identificación</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Guía estratégica</i> 	<i>P19 y P20</i>
	<i>Organización</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Utilización de capitales de coordinación</i> 	<i>P16, P17, P18, P22, P29, P31 y P32</i>
	<i>Ejecución</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Toma de decisiones</i> 	<i>P23, P24 y P25</i>
	<i>Control</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Retroalimentación y control</i> 	<i>P14, P15 y P21</i>

Fuente: (Wong, 2019)

2.1.8 Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia

<i>Matriz de Consistencia</i>						
<i>Problemas</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables e Indicadores</i>			<i>Metodología</i>
<i>Problema Científico General</i>	<i>Objetivo General</i>	<i>Hipótesis General</i>	<i>Variables</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	
✓ ¿Cuál es la relación entre la planificación estratégica y la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original"?	✓ Determinar la relación entre la planificación estratégica y la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.	✓ Las variables Planificación estratégica y la gestión empresarial de la empresa "El Original" están relacionadas.				<p>Tipo de Investigación Estudio descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación No experimental</p> <p>Enfoque de Investigación enfoque cuantitativo</p> <p>Población de Estudio 13 Empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original".</p>
<i>Problemas Específicos</i>	<i>Objetivos Específicos</i>	<i>Hipótesis Específicas</i>				
✓ ¿Cuál será el nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora	✓ Evaluar el nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de	✓ La evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda	Variable independiente: Planificación estratégica	Formulación y Planteamiento	*Objetivos de largo plazo *Análisis e identificación *Formulación	

<p><i>de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control?</i></p>	<p><i>borda "El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control.</i></p>	<p><i>"El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control superan el puntaje del promedio requerido.</i></p>			<p><i>ón</i></p> <p><i>*Objetivos a corto plazo Políticas *Estrategias *Motivación</i></p>	<p>Técnica de Recolección de Datos Encuesta</p>
<p>✓ ¿Cuál será el nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control?</p>	<p>✓ Evaluar el nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control.</p>	<p>✓ La evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control superan el puntaje promedio requerido..</p>	<p>Variable dependiente: Gestión empresarial</p>	<p><i>Evaluación y control</i></p> <p><i>Identificación</i></p> <p><i>Organización</i></p> <p><i>Ejecución</i></p> <p><i>Control</i></p>	<p><i>*Análisis estratégico *Proyecto</i></p> <p><i>Guía Estratégica</i></p> <p><i>Utilización de capitales de coordinación</i></p> <p><i>Toma de decisiones</i></p> <p><i>Retroalimentación y control</i></p>	

2.1.9 Justificación

El presente trabajo investigativo se justifica ya que surge la necesidad de la autora de analizar como la planificación estratégica mejora la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" de la ciudad de Manta; destacando que la planificación estratégica es una de las funciones clave de la gestión, que es la definición de los objetivos de la organización y las formas de alcanzarlos. Un plan estratégico es la base para la toma de todas las decisiones de gestión, ya que describe el modelo de futuro de la empresa, una visión global de sus perspectivas de desarrollo en un mercado competitivo.

En la actualidad hay muchos factores impredecibles que pueden tener un fuerte impacto en las pequeñas empresas, y no tenerlos en cuenta significa crear una situación desesperada a sabiendas. Por lo tanto, la tarea clave de la planificación es desarrollar una estrategia y tácticas de comportamiento en el mercado, teniendo en cuenta la cobertura de todas las circunstancias externas e internas.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán el gerente y los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original", los clientes y empresas y la ciudadanía en general.

Con esta investigación la autora estará aportando al conocimiento existente en el campo de la administración y además estará contribuyendo a la mejora de la gestión y al crecimiento económico de la comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" de la ciudad de Manta.

Para el desarrollo de esta investigación se hará uso de recursos propios, del apoyo del tutor de titulación y docentes de la facultad quienes brindarán su asesoramiento para el desarrollo de la propuesta. También se tiene el acceso a información bibliográfica en la plataforma e-Libros de la ULEAM y en los repositorios y bases de datos de universidades y revistas científicas. Además, se cuenta con la ayuda de la empresa "El Original" para la recopilación de datos relevantes para la investigación.

Capítulo II: Marco teórico de la Investigación

3.1 Antecedentes de la investigación

Como parte de la revisión bibliográfica de diversas fuentes se han podido identificar como antecedentes investigativos los trabajos correspondientes a:

1. Planificación estratégica para el mejoramiento de los procesos empresariales en la empresa comercial Del Salto de la ciudad de Machala (2018)

El año de investigación es del 2018 y su investigador es Jennifer Aráuz quien dentro de su trabajo tiene como objetivo: “mejorar los procesos Empresariales e impulsar un cambio estructural en la Empresa COMERCIAL DEL SALTO del Cantón Machala, mediante la implementación de una Planificación Estratégica adecuada y análisis situacional del mercado para alcanzar los objetivos deseados”, ejecutando un estudio con enfoque cualitativo, donde “realizó una entrevista a la Gerente y encuestas a 25 trabajadores con la utilización de matrices para analizar el entorno interno y externo de la organización”. Entre las estrategias aplicadas por el autor se tienen la pro actividad en la atención al cliente, brindar un servicio de calidad que vaya más allá de la rapidez, la capacitación de su personal para que conozcan sobre las expectativas de los clientes, la implementación de un sistema de seguridad, el establecimiento de alianzas estratégicas con los proveedores, la implementación de un sistema informático para la gestión de las ventas, la implementación de la filosofía de la empresa. Como conclusión el autor manifiesta que la Planificación Estratégica implica: “la optimización de tiempo, recursos y procesos Empresariales, trabajo en equipo” y además recalca que las empresas que ejecutan sus acciones y actividades de manera eficiente están orientadas a un futuro competitivo (Aráuz, 2018).

2. Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad (2017)

El año de investigación fue el 2017 y sus investigadores son Jesús García; Sonia Durán; Edwin Cardeño; Ronald Prieto; Ernesto García y Annherys Paz quienes plantearon como objetivo: “analizar la planificación estratégica en la Pymes, considerando sus etapas para optimizar su competitividad” ejecutando un estudio “cuantitativo positivista, de tipo descriptivo

con diseño no experimental, transaccional de campo”, la población en estudio estuvo conformada por 75 empresas de Barranquilla y los autores tomaron una muestra no probabilística a conveniencia de 41 empresas a las cuales se aplicó un cuestionario diseñado para caracterizar las etapas de la planificación estratégica. Los autores indican que se requiere una buena gestión en cualquier organización que les permita proyectarse hacia el futuro, a anticipar los cambios y sus consecuencias pero también a preparar respuestas adecuadas, reduciendo así las incertidumbres. Y también para aclarar las consecuencias de las acciones que los gerentes pueden tomar en respuesta al cambio. Por otro lado argumentan que la planificación estratégica posiciona a la organización de acuerdo a su entorno, activa las fuerzas internas de acuerdo a los objetivos y fija las líneas de acción en la estructura en los niveles más operativos. Debido a que la gestión estratégica es un proceso continuo a lo largo del tiempo, establece la dirección de la organización destinada a resolver problemas futuros con un riesgo mínimo. En esta línea de pensamiento, la dirección estratégica se basa en un análisis de la organización desde un punto de vista interno y en contacto con ella. Los resultados de este análisis se traducen en metas a largo plazo que deben ser alcanzables y medibles, que a su vez se materializan en estrategias con indicadores y metas adecuadas que le permitan encauzar este proceso. Los autores concluyen que las empresas deben contar con un soporte que les permita direccionar sus procesos de forma eficiente y estar dispuestas a generar acciones que les permita ser rentables y competitivas (García, y otros, 2017).

3. La planificación estratégica y su impacto en la rentabilidad de las microempresas (2020)

El año de la investigación es del 2018 y sus autores Zoila Mariscal, Jorge Rodríguez, y Esther Castro. El objetivo de este artículo fue proponer un instrumento de planificación estratégica direccionado a la mejora de la rentabilidad de las microempresas, para tal efecto los autores diseñaron un instrumento de planificación estratégica direccionado a la mejora de la rentabilidad que facilite el control, monitoreo y evaluación y así contribuir a la mejora de la competitividad de las microempresas.

Para el desarrollo de esta investigación los autores realizaron un análisis de la situación actual, actualización de la filosofía de la empresa adaptandola a las nuevas circunstancias

generadas por la pandemia del COVID 19, la población en estudio estuvo conformada por siete microempresas de Babahoyo.

Los autores proponen como objetivos estratégicos mejorar la calidad y eficiencia de la producción, satisfacción del cliente, incremento del impacto económico y social, integración de los procesos productivos que conlleve a la eficacia de la gestión empresarial, incluir nuevas tecnología para la mejora de los procesos productivos, capacitar al talento humano, expandir el área de ventas de sus productos. Los autores concluyen que la mejora de las estrategias eleva la competitividad y la rentabilidad de las empresas (Mariscal, Rodríguez, & Castro, 2020).

4. Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Mercantil Inca S.A., Chiclayo.

El año de la investigación es del 2018 y sus autores Susana Martínez y Luis Monteza, mismos que en su investigación tienen como objetivo la propuesta de un plan estratégico para la mejora de la gestión de mercantil Inca S.A.. Los autores ejecutaron un diseño descriptivo - propositivo, dada la coyuntura empresarial, la importancia de planificar y ser estratégico frente a la competencia del mercado, también emplearon un cuestionario aplicado a una muestra aleatoria de 84 trabajadores de la empresa Mercantil Inca S.A. El instrumento consta de 33 ítems divididos en siete dimensiones, tres de planificación estratégica: Formulación - Planificación, Implementación - Gestión y Evaluación - Control; y cuatro de gestión empresarial: Identificación, Organización, Ejecución y Control, categorizados por la escala Likert.

Entre las estrategias de la empresa los autores plantean la sostenibilidad en el tiempo para lo cual revisarán de manera constante los indicadores financieros; otra estrategia que mencionan es el incremento de ventas de sus productos para lo cual harán uso de acciones publicidad, descuentos y promociones. La tercer estrategia se enfoca en fidelizar al cliente para lo cual plantean la asesoría comercial a sus clientes. Como cuarta estrategia buscan mejorar la imagen de la empresa y para esto se valdrán de capacitaciones para fomentar los valores de la empresa. Finalmente los autores plantean motivar a la organización en conjunto, logrando esto a través de la capacitación del talento humano, reconocimientos y premios.

Los autores concluyen que el diseño de un Plan Estratégico es viable de realizarse con el fin de mejorar la gestión empresarial de la empresa en estudio, además recomiendan la

concientización de los colaboradores para la consecución de los logros planteados por la empresa Mercantil Inca S.A (Martínez & Monteza, 2018).

5. Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas (2020)

El año de la investigación es del 2020 y sus autores Harold Ore, Edson Olortegui, y Dora Ponce (2020) quienes tienen como objetivo realizar una revisión sobre la Planificación estratégica como instrumento de gestión en las empresas y su rentabilidad, ejecutan cuyos resultados demuestran que “el planeamiento estratégico es una herramienta de gestión en las empresas; apoya en las adecuadas tomas de decisiones y funciona como una guía estructurada con estrategias para afrontar futuros escenarios”. Las dimensiones de la planificación estratégica se centran en la planificación de todas las medidas a realizar en determinados periodos de tiempo de acuerdo con los objetivos marcados para alcanzar el objetivo de la empresa, su visión ya definida, teniendo en cuenta los riesgos y alternativas de futuro. Reducir estas incertidumbres; establecer la distribución de toda clase de actividades de las distintas áreas de la organización, que determinan su independencia e importancia para el funcionamiento de la empresa; dirigir todos los talentos y esfuerzos para lograr todos los resultados previstos mediante el establecimiento de estilos de liderazgo en la organización, y en el seguimiento de los resultados alcanzados a través de la aplicación de lo previsto.

Los autores concluyen que la planeación estratégica es un proceso sistemático y organizado que se considera en las empresas como una herramienta de gestión para mejorar la toma de decisiones, también se consideran cuatro dimensiones: planeación, organización, liderazgo y control. Además, es una herramienta de gestión utilizada por las organizaciones para mejorar su eficiencia, para obtener variaciones significativas en los indicadores económicos, como la rentabilidad. También argumentan que la rentabilidad es la relación entre los beneficios netos de una actividad y las inversiones realizadas o el patrimonio neto; presencia como factores clave para mejorar la calidad, reducir costos, diferenciar un producto o servicio que contribuya a incrementar las ventas. Los autores identificaron varios estudios experimentales que permitirán futuras investigaciones para determinar el impacto de esta herramienta de gestión, como es la planificación estratégica, en la rentabilidad de las organizaciones.

3.2 Bases teóricas

3.2.1 Conceptualización de Estrategia

Rajadell (2019) establece que “cuando se elabora una estrategia deben diseñarse una serie de objetivos y planes que revelen el campo de actividad de la empresa, así como la forma en que se enfoca esta actividad” (p.209). En concordancia con Rajadell, se puede argumentar que las estrategias son el resultado de un proceso de planificación formal, dividido en pasos separados, que involucran el desarrollo de formularios especiales utilizando métodos específicos; la alta dirección tiene la responsabilidad del proceso estratégico, los planificadores de su lado práctico. Como resultado del proceso de planificación, la estrategia se prepara para la implementación, se calculan todos sus elementos.

3.2.2 Planificación estratégica

En opinión de Rodríguez (2016) “el modo de pensar y actuar estratégico conlleva el cálculo previo (como acción reflexiva), la generación de las condiciones de viabilidad y la puesta en práctica de las estrategias como parte de una práctica social” (p.43).

La planificación estratégica es un proceso socio- político y científico orientado por objetivos de transformación cuantitativo - cualitativos de un sector particular de la realidad. Este proceso articula dos dimensiones de modo dialéctico: la reflexión y la acción, cuyo nexo lo constituye la evaluación, como proceso permanente de conocimiento, revisión, aprendizaje y retroalimentación. Entre la reflexión y la acción media la toma de decisiones, es definir sobre el qué y de qué manera se llevará algo a la práctica. (Rodríguez, 2016, pág. 45)

Se considera a la planificación estratégica como un proceso formalizado de varias etapas, siendo la primera el análisis del entorno externo e interno, en cuyo marco se dan pronósticos del desarrollo de la situación.

3.2.3 Proceso de planificación estratégica

Torres (2015) establece que los términos bases del proceso de planeación son: Diagnóstico (descripción del medio ambiente interno y externo), visión-misión, objetivos, estrategias, presupuesto, evaluación de resultados y retroalimentación.

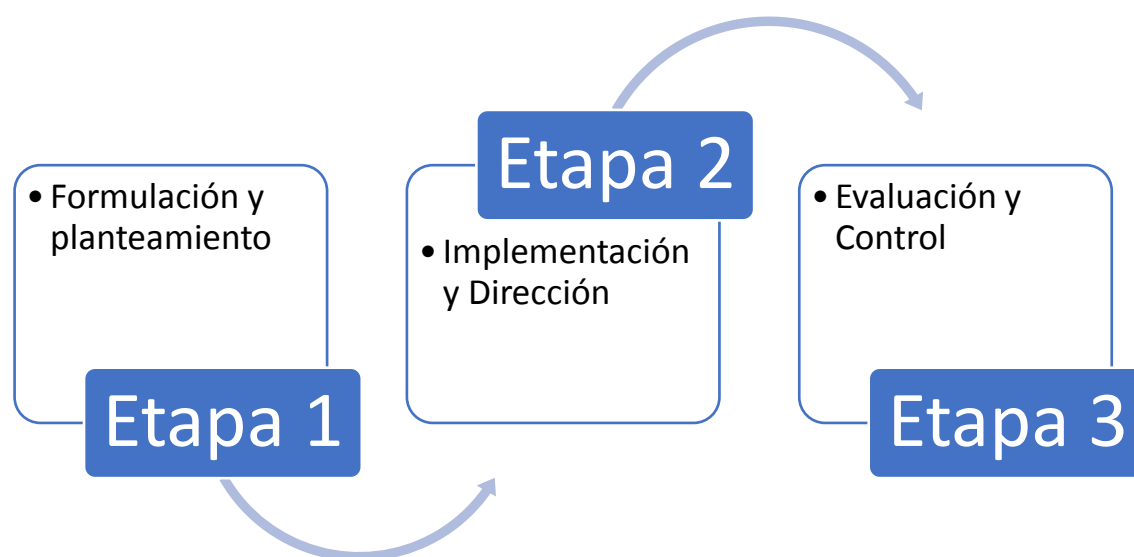
“El diagnóstico bien realizado indicará a la empresa y a la alta dirección una serie de funciones que mejorará la efectividad” (Luna, 2015, pág. 3).

El proceso de planificación estratégica comienza con la definición de las metas iniciales de desarrollo de la empresa, que son una reacción al entorno externo. De acuerdo con estos objetivos, se lleva a cabo un análisis y evaluación del potencial de recursos de la empresa y el entorno empresarial externo. El propósito de este tipo de análisis es identificar oportunidades para tomar decisiones estratégicas clave sobre una mayor penetración en los mercados de ventas y la diversificación de la producción.

Aprovechar de manera efectiva las potencialidades de crecimiento y desarrollo de una empresa se fundamenta en el conocimiento preciso de sus puntos fuertes y débiles, además de sus oportunidades y amenazas; de ahí la importancia de que en forma planeada se realice un diagnóstico estratégico integral de la empresa. (Luna, 2015, pág. 3).

El proceso de desarrollo de un plan estratégico en una empresa debe estar precedido por una decisión estratégica relacionada con asegurar un efecto sistémico de todos los elementos que forman su estructura organizacional. Sobre la base de tal decisión estratégica, se forman estrategias específicas para la diversificación y expansión del mercado de ventas de la empresa. Juntas o individualmente, estas estrategias forman una estrategia global de mercado para la empresa.

Figura 1. *Etapas del plan estratégico*



Fuente: Tomado y adaptado de (Luna, 2015)

La etapa 1 se enfoca en la formulación y planteamiento de la misión y visión de la empresa, sus políticas, valores y manera que se desempeñará. Es importante el análisis del entorno interno y externo que puedan afectar a la organización. En esta etapa también se debe establecer las metas estratégicas que permitirán el logro de la visión.

La etapa 2 hace referencia a la implementación y dirección de las estrategias externas e internas, para lo cual es necesario el planteamiento de los objetivos a corto plazo sobre distintos factores que afectan a la organización, tales como: la estructura organizacional, las políticas, recursos necesarios, motivación, y medio ambiente. Los planteamientos de estos objetivos deben ir dirigidos a la consecución de la situación futura esperada.

La etapa 3 se enfoca en la evaluación y control de las estrategias, lo que se busca en esta fase es minimizar los desfases entre lo efectuado y lo proyectado. Para esto es necesario contar con un tablero de control que permita evaluar si se están cumpliendo los objetivos en el plazo previsto. En caso de haber desfases se deberá aplicar acciones correctivas para que el logro de los objetivos se cumpla.

3.2.4 Gestión Empresarial

Cualquier negocio, ya sea pequeño, grande o en línea, no se puede crear sin una gestión adecuada del tiempo, los recursos humanos, las finanzas, la tecnología, las ideas nuevas y creativas y la interacción entre todos los puntos anteriores. Una empresa exitosa no solo atrae nuevos clientes, sino que también se enfoca en la lealtad de los clientes actuales interactuando constantemente con ellos para que pueda obtener el máximo beneficio brindando los mejores productos y servicios de acuerdo con los requisitos y necesidades actuales de sus clientes. Un cliente frustrado puede alejar a muchos más clientes de la empresa. Por lo tanto, esto conduce al riesgo de perder clientes habituales y, en consecuencia, a una disminución de los beneficios, a una disminución de la cuota de mercado y del valor de la empresa (Lucena, Yamileth, 2014).

Pero las empresas no deben pensar solo en sus clientes, también debe cuidar del recurso humano de su negocio, en opinión de (Montoya & Boyero, 2016) “El recurso humano es el elemento fundamental para la ventaja competitiva y por lo tanto éste se constituye en un componente esencial para cualquier tipo de institución”. Por ello, la empresa necesita monitorear la satisfacción de sus empleados, ya que pueden ser un activo comercial importante.

En consecuencia, el negocio no implica la producción de bienes y servicios, su intercambio por dinero y la obtención de ganancias. Está asociado con un gran riesgo, y una empresa debe ser proactiva y flexible para tener en cuenta oportunamente las necesidades cambiantes de los clientes en un mercado en constante cambio. Y con esto en mente, se puede dar una definición más clara del negocio que es proporcionar al cliente el mejor producto o servicio, así como un servicio postventa efectivo a bajo costo, que retiene a los clientes y genera una buena ganancia.

La gestión empresarial eficaz se lleva a cabo a través de una adecuada planificación y estrategia, una gestión competente de los recursos (personas, dinero, materiales y equipos), así

como objetivos predeterminados a corto y largo plazo destinados a generar beneficios y retener y atraer a más clientes, lo que posteriormente conduce a aumentar la cuota de mercado y desarrollar la empresa (Rubio, s.f).

Figura 2. Dimensiones de la gestión



Fuente: Lucena (2012) citado por (Lucena, Yamileth, 2014)

3.2.5 Gestión efectiva

Le gestión efectiva de las empresas implican:

3.2.5.1 Comunicación efectiva

La comunicación es fundamental para cualquier empresa. La comunicación adecuada es esencial para obtener los mejores resultados, por lo que debe asegurarse de que todos en la empresa reciban los mismos mensajes. La comunicación directa es la forma más efectiva que no solo deja claro el mensaje, sino que crea un sentido de confianza, responsabilidad y pertenencia en el empleado, lo que le permite lograr mejores resultados. La comunicación es un proceso

bidireccional. Al discutir el plan y delegar responsabilidades, es importante que todos estén del mismo lado, lo que significa que todos deben tener la misma comprensión del plan y su implementación.

Se puede argumentar que la comunicación efectiva conduce a la innovación en una organización o negocio cuando se permite a los empleados entablar un diálogo con la gerencia para compartir ideas innovadoras que pueden contribuir al desarrollo general de la empresa. Además, permite construir un ambiente de trabajo óptimo y ayuda a construir un equipo fuerte y cohesionado.

3.2.5.2 Entorno dinámico

Cualquier empresa que esté inactivo en un entorno en constante cambio no puede esperar desarrollarse o mantener la misma posición de mercado que tenía en un principio, porque adaptarse a las últimas tendencias lo ayuda a avanzar y satisfacer las demandas de los clientes o consumidores finales. En consecuencia, una empresa necesita adaptarse al cambio, la combinación de productos, las preferencias de los clientes o cualquier cosa que pueda afectar a la propia empresa. Cualquier negocio, grande o pequeño, debe ser flexible y dinámico para poder operar el negocio de manera efectiva. Los empleados deben recibir capacitación de vez en cuando para reflejar las nuevas tendencias o tecnologías.

La comunicación en la red ya no es una posibilidad para una empresa, las redes sociales no son el futuro, son el presente, y estar en ellas ya no supone una ventaja comparativa frente a otras empresas que no están. No se concibe no estar; en este momento resulta vital para una marca tener una buena comunicación en internet. (Sabater & Monserrat, 2017, pág. 18)

No se trata solo de la demanda o las necesidades de los usuarios finales, sino también de las nuevas tecnologías a las que tiene que hacer frente la empresa. Hay que recordar que la empresa se desenvuelve en una sociedad tecnológica, y, por lo tanto, siempre debe estar al tanto de todos los desarrollos tecnológicos.

3.2.5.3 Planificación eficaz.

La mejor manera de administrar la empresa de manera efectiva es a través de una planificación efectiva. Esto puede lograrse planificando una estrategia comercial específica. En

primer lugar, debe elegir una excelente estrategia que se centre tanto en los resultados positivos como en los negativos de un posible plan de negocios. Los procesos de planificación pueden conducir a una mayor productividad, calidad y eficiencia en la realización de tareas comerciales importantes. El propósito de la planificación como proceso es mejorar y optimizar las prácticas comerciales de una empresa, tales como:

- Menores costos debido a que se requiere menos personal para llevar a cabo el mismo proceso.
- Mayor precisión a través de la introducción de indicadores de éxito para garantizar que cada actividad se ejecute con precisión.
- Una mejor comprensión por parte de los empleados de las metas y objetivos de su equipo, así como su contribución al éxito.

3.2.5.4 Trabajo en equipo.

Un equipo es un grupo de personas con diferentes antecedentes, niveles de habilidad, niveles de conocimiento y procesos mentales. El desempeño empresarial está determinado por el resultado de las acciones de los empleados y gerente. La satisfacción del cliente y la reputación de una empresa a menudo dependen de la eficacia del equipo, que incluye las formas en que promocionan el servicio o el producto de la empresa.

Todos los miembros del equipo trabajan juntos para lograr el mismo objetivo y demostrar sus mejores cualidades. Esto es posible solo si hay cooperación, comprensión absoluta, comunicación fructífera y una atmósfera positiva en el equipo. Es probable que diferentes ideas puedan crear conflictos en un equipo, pero el sello distintivo de un equipo fuerte y productivo es trabajar bien juntos hacia un objetivo común.

3.2.5.5 Gestión de recursos.

Hay cuatro recursos principales en los negocios: personas, materiales, dinero y equipo. Estos son los recursos más importantes que cualquier organización no solo debe poseer, sino también aprovechar al máximo.

La Empresa puede invertir en estructura, maquinaria y equipos de producción, en tecnología, en sistemas y planes de comercialización, en marketing, distribución de productos y servicios... pero la inversión más

rentable será en Capital Humano, pues éste es, al fin y al cabo, el que dará impulso, aplicando su formación y conocimientos, a las demás inversiones, dedicadas al cumplimiento de los objetivos de la Empresa y, en consecuencia, al fin último: EL BENEFICIO. (Carpintero, 2015, pág. 23).

Las personas incluyen los recursos humanos tanto dentro como fuera del negocio, incluidos los empleados, las partes interesadas, los minoristas mayoristas, los clientes y cualquier otra persona que esté directa o indirectamente involucrada en el proceso. Es muy importante considerar y cuidar las necesidades de cada persona que forma parte del negocio.

Los materiales incluyen materias primas, trabajo en proceso, productos terminados y servicios. La gestión oportuna de materiales es fundamental, ya que son los productos iniciales los que determinarán aún más cuál será el producto final que debe entregarse a los clientes finales.

Un negocio comienza con el uso y la asignación correctos de las finanzas y la gestión de costes. Por lo tanto, es el recurso más importante para iniciar y mantener cualquier negocio. La empresa debe tener una fuente confiable de financiamiento y mantener relaciones saludables con todos los grupos financieros, como bancos, instituciones financieras, partes interesadas, etc.

En este concepto, dinero significa no solo los fondos disponibles, sino también los costos asociados. Esto significa que, para administrar las finanzas de manera efectiva, también es importante que una empresa reduzca los costos sin comprometer la calidad del producto o servicio que se brinda al cliente.

3.2.5.6 Equipo o tecnología.

Para que cualquier empresa sobreviva a largo plazo, es importante actualizar los equipos y las tecnologías de producción mediante la capacitación de los empleados en respuesta a las tendencias cambiantes del mercado. La gestión empresarial es una tarea que requiere que la empresa no solo tenga un amplio conocimiento en una industria en particular, sino que también tenga habilidades de gestión y comprenda los procesos comerciales.

Toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena

voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos.

Toda empresa o negocio existe si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización debe competir con otras que realizan idénticos productos o servicios. Una empresa que no obtenga beneficios, a pesar de la buena voluntad de sus gestores, tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto disponibles como obtenibles para alcanzar aquellos, tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos. (Rubio, s.f, pág. 7)

La gestión es clave para administrar un negocio de manera efectiva, ya que juega un papel importante en cualquier actividad comercial, desde la planificación hasta la ejecución adecuada de esos planes, lo que resulta en resultados efectivos en el futuro:

- Preparar el mejor plan que produzca resultados óptimos con el mínimo uso de recursos.
- Organización de fondos no solo para la implementación del plan y el funcionamiento diario del negocio, sino también para cualquier situación imprevista;
- Una estrategia de marketing eficaz que incluya estudios de mercado, publicidad, promoción, venta y servicio postventa;
- Asignar recursos apropiados para diversas actividades;
- Cambiar los enfoques teniendo en cuenta las tendencias del mercado y actualizar las tecnologías;
- Tomar riesgos en nuevas líneas de negocio o invirtiendo en nuevas estrategias.

Se puede observar que la tecnología ofrece una variedad de servicios que ayudan a las empresas a establecer relaciones más directas con clientes y proveedores, aumentar los ingresos, mejorar los procesos, crear nuevas estrategias de desarrollo comercial y más. Si bien la tecnología está disponible para todo tipo de empresas, se debe enfatizar que debe mantenerse lo más actualizada posible para obtener una ventaja competitiva sobre los demás.

Capítulo III: Metodología

4.1 Diseño metodológico

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) hay cuatro propósitos principales para emprender una investigación: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Además, describen los cuatro propósitos de la investigación de la siguiente manera:

- La investigación exploratoria tiene como objetivo explorar un tema nuevo.
- La investigación descriptiva tiene como objetivo describir un fenómeno social.
- La investigación correlacional busca conocer la relación entre dos o más conceptos o categorías.
- La investigación explicativa tiene como objetivo probar las predicciones o los principios involucrados en una teoría.

Esta investigación se caracteriza por ser descriptiva, ya que se centró en describir como la planificación estratégica mejora la gestión de la empresa "El Original". También es correlacional pues se buscó la relación entre ambas variables.

4.2 Tipo y diseño de la investigación

Este estudio adoptó un diseño de investigación no experimental y transversal y esto estuvo en línea con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) quienes definen a la investigación no experimental como: “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables” (p.152). Y del aporte de (del Castillo & Olivares Orozco, 2014) quienes definen al diseño transversal como la investigación que recopila datos sobre variables relevantes en un solo caso en un solo punto en el tiempo de una variedad de personas, sujetos o fenómenos. En este estudio, se recopilaron datos sobre variables relevantes relacionados a la gestión de empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta.

4.3 Población de Estudio

La población es el conjunto de todos los casos que se pretenden analizar en una investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En el caso de este estudio se tendrá como población a 13 empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original".

4.4 Tamaño de la Muestra

“Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 173). Para el caso de los empleados de la empresa se tomará como muestra la totalidad de la población (13 empleados) por ser una población pequeña.

4.5 Técnicas de recolección de datos

La técnica de recopilación de datos que se utilizarán en el proyecto: Planificación estratégica para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta año 2022 será la encuesta.

Se tomará como base el cuestionario aplicado en el estudio de (Wong, 2019) que está conformado por 33 preguntas que permiten medir el nivel de las dimensiones de la variable independiente Planificación Estratégica considerando que la dimensión formulación y planteamiento se medirá con las preguntas 1, 2 y 3 del cuestionario; la dimensión implementación y dirección con las preguntas 4, 7, 8, 11, 26, 27y 28 y la dimensión evaluación y control se medirá con las preguntas 5, 6, 9, 10, 12, 13, 30 y 33.

En el caso de la medición de las dimensiones de la variable dependiente Gestión empresarial se tiene que para la dimensión identificación se aplican las preguntas 19 y 20; la dimensión organización se mide con las preguntas 16, 17, 18, 22, 29, 31 y 32; la dimensión ejecución se mide con las preguntas 23, 24 y 25; y finalmente la dimensión control se mide con las preguntas 14, 15 y 21.

4.6 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a empleados de la empresa comercializadora “El Original”

Dimensión VI: Formulación y Planteamiento

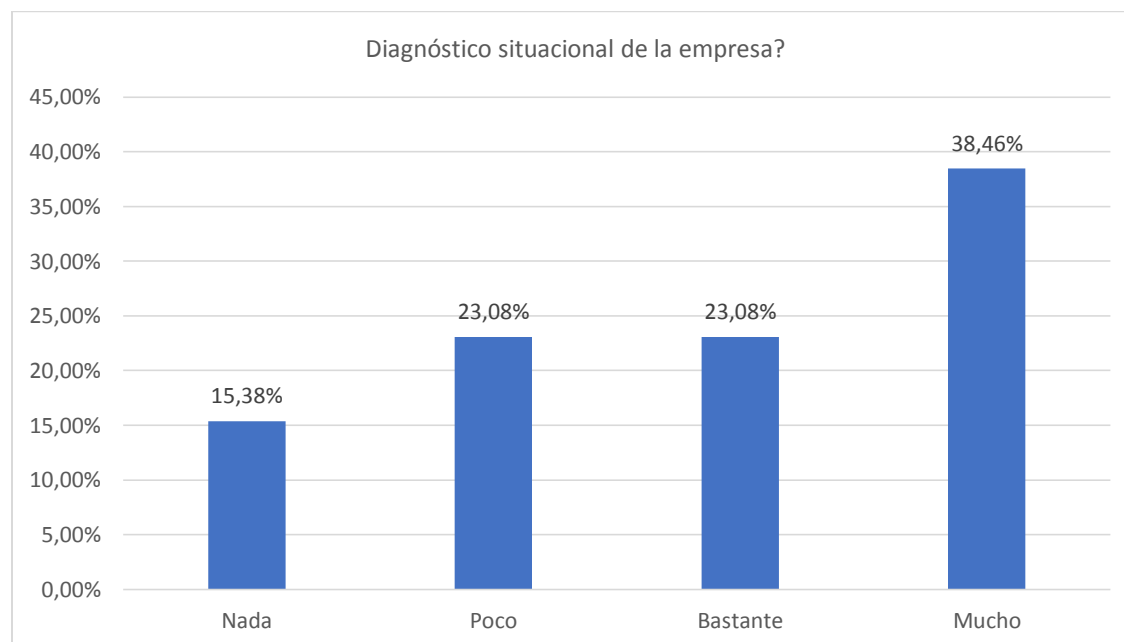
Pregunta 1: ¿Conoce los resultados del diagnóstico situacional de la empresa?

Tabla 3. Diagnóstico situacional de la empresa

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	2	15,38%
Poco	3	23,08%
Bastante	3	23,08%
Mucho	5	38,46%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 3. Diagnóstico situacional de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al consultar a los empleados de la empresa si conocen los resultados del diagnóstico situacional de su empresa el 38,46% indicó que conoce mucho; 23,08% indicó que conoce bastante, el 23,08% dijo conocer poco; y el 15,38% indicó que no conoce.

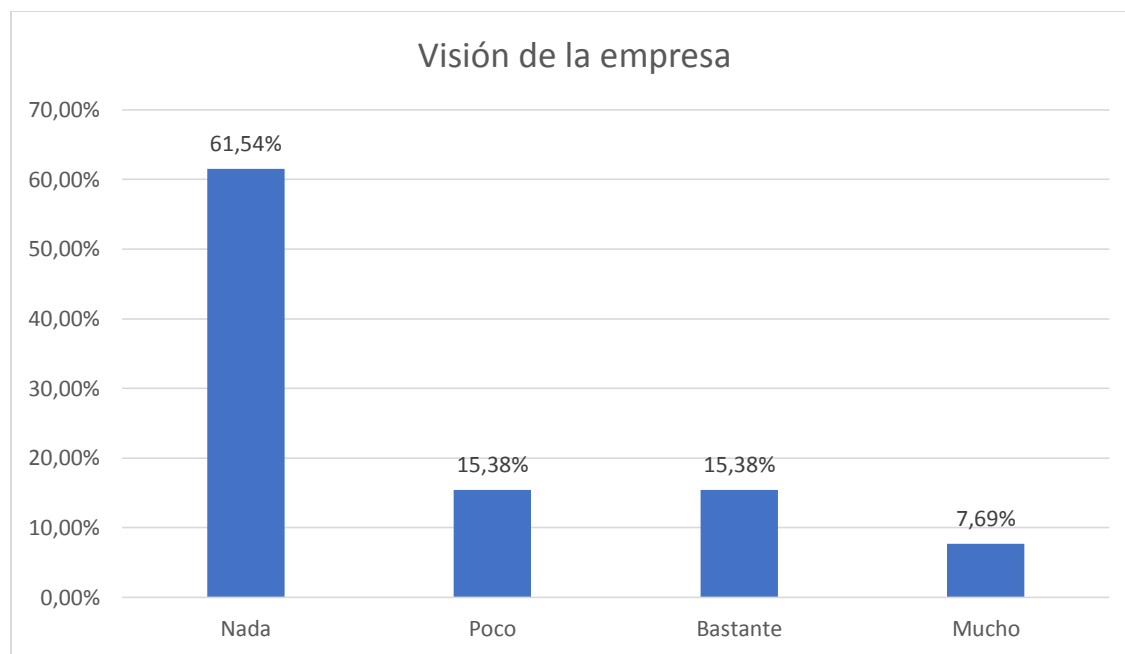
Pregunta 2: ¿Conoce la visión de la empresa?

Tabla 4. *Visión de la empresa*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	8	61,54%
Poco	2	15,38%
Bastante	2	15,38%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 4. *Visión de la empresa*



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al consultar a los empleados de la empresa si conocen la visión de su empresa el 61,54% indicó que no conoce, el 15,38% dijo conocer poco; un 15,38% conoce bastante; y el 7,69% respondió “mucho”.

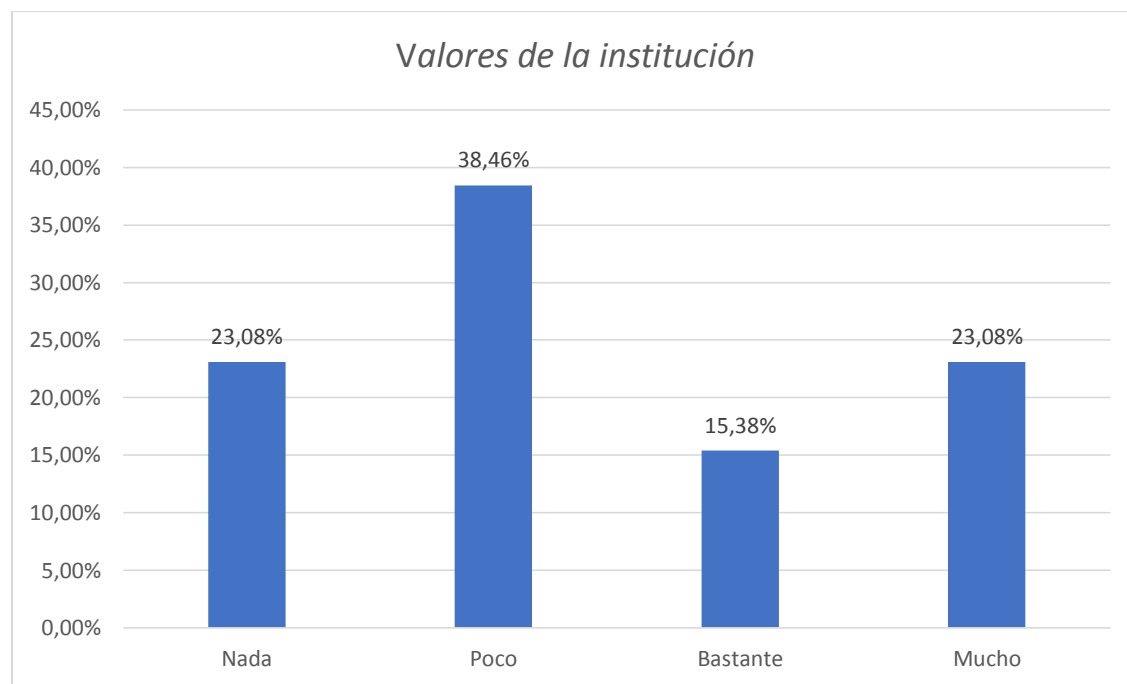
Pregunta 3: ¿Conoce cuáles son valores que promueve la institución?

Tabla 5. Valores de la institución

Variable	N°	Porcentaje
Nada	3	23,08%
Poco	5	38,46%
Bastante	2	15,38%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 5. Valores de la institución



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al consultar a los empleados de la empresa si conocen cuáles son valores que promueve la empresa el 35,46% indicó “poco”, el 23,08% dijo conocer mucho; el 23,08% respondió “nada” y el 15,38 conoce bastante.

Dimensión VI: Implementación y Dirección

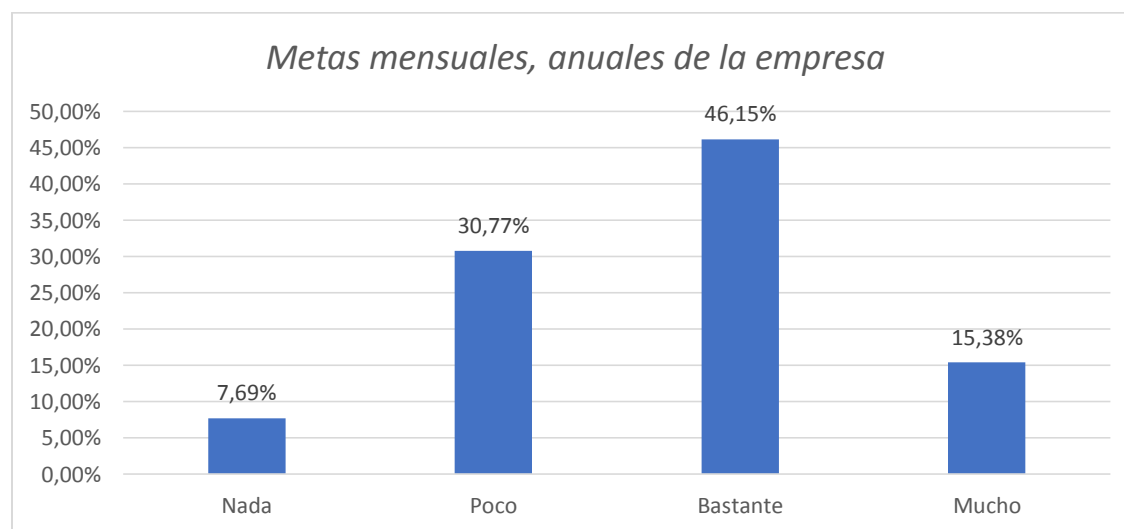
Pregunta 4: ¿Conoce cuáles son las metas mensuales, anuales que deben ser alcanzadas en la empresa?

Tabla 6. Metas mensuales, anuales de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	4	30,77%
Bastante	6	46,15%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 6. Metas mensuales, anuales de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al consultar a los empleados de la empresa si conocen cuáles son las metas mensuales, anuales que deben ser alcanzadas en la empresa el 46,15% dijo “bastante”; un 30,77% indicó “poco”, el 15,38% dijo conocer mucho; y el 7,69% respondió “nada”.

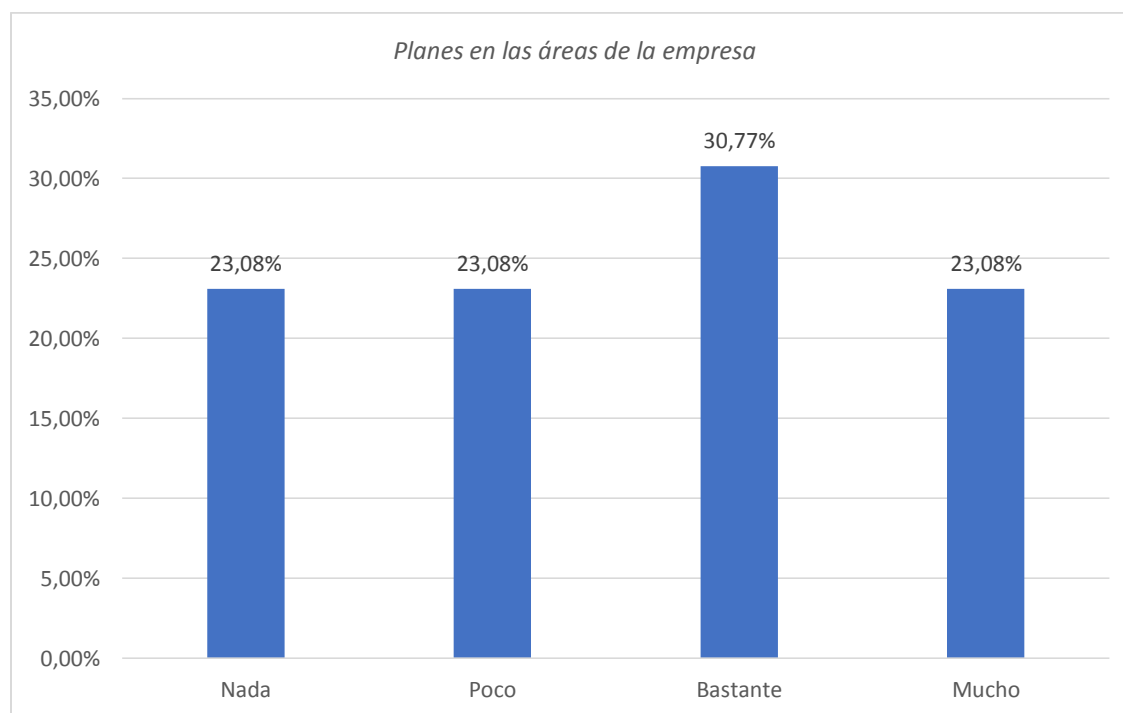
Pregunta 7: ¿Conoce los planes que están previstos en las áreas de la empresa?

Tabla 7. Planes en las áreas de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	3	23,08%
Poco	3	23,08%
Bastante	4	30,77%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 7. Planes en las áreas de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 30,77% conoce bastante los planes que están previstos en su área el 23,08% indicó “mucho”, un 23,08% indicó poco y el 23,08% respondió “nada”.

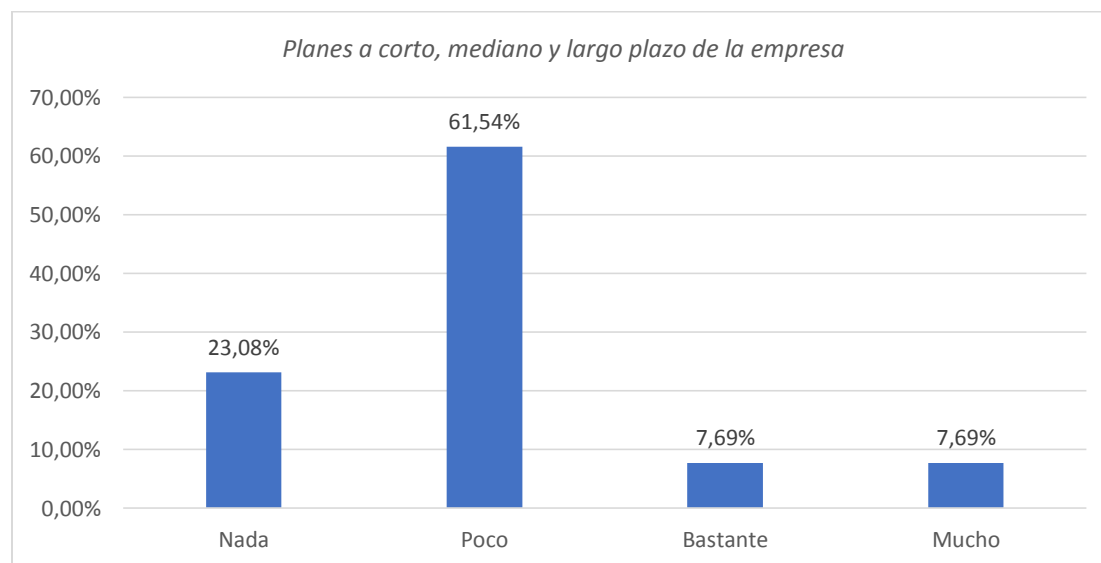
Pregunta 8: ¿Conoce qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?

Tabla 8. Planes a corto, mediano y largo plazo de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	3	23,08%
Poco	8	61,54%
Bastante	1	7,69%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 8. Planes a corto, mediano y largo plazo de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce poco qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa; el 23,08% indicó “nada”, y el 7,69% respondió “mucho”.

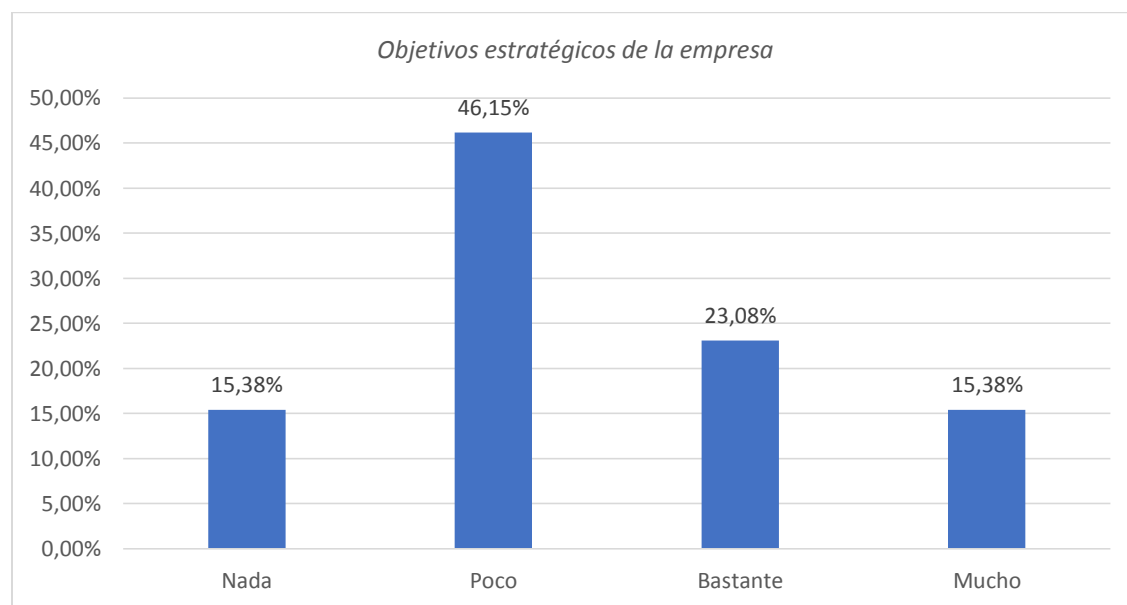
Pregunta 11: ¿Cree que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa?

Tabla 9. *Objetivos estratégicos de la empresa*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	2	15,38%
Poco	6	46,15%
Bastante	3	23,08%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 9. *Objetivos estratégicos de la empresa*



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al indagar a los empleados de la empresa si cree que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa el 46,15% indicó “poco”, el 23,08% dijo creer bastante; un 15,38% dijo “mucho”; y el 15,38% respondió “nada”.

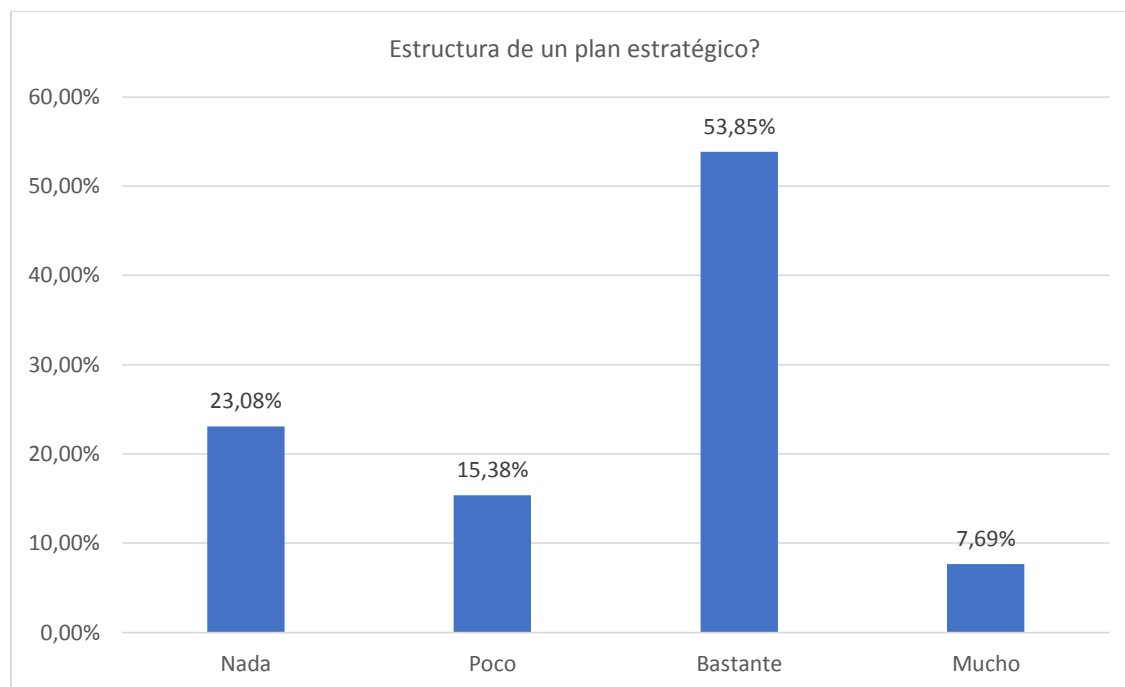
Pregunta 26: ¿Conoce la estructura de un plan estratégico?

Tabla 10. Estructura de un plan estratégico

Variable	N°	Porcentaje
Nada	3	23,08%
Poco	2	15,38%
Bastante	7	53,85%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 10. Estructura de un plan estratégico



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

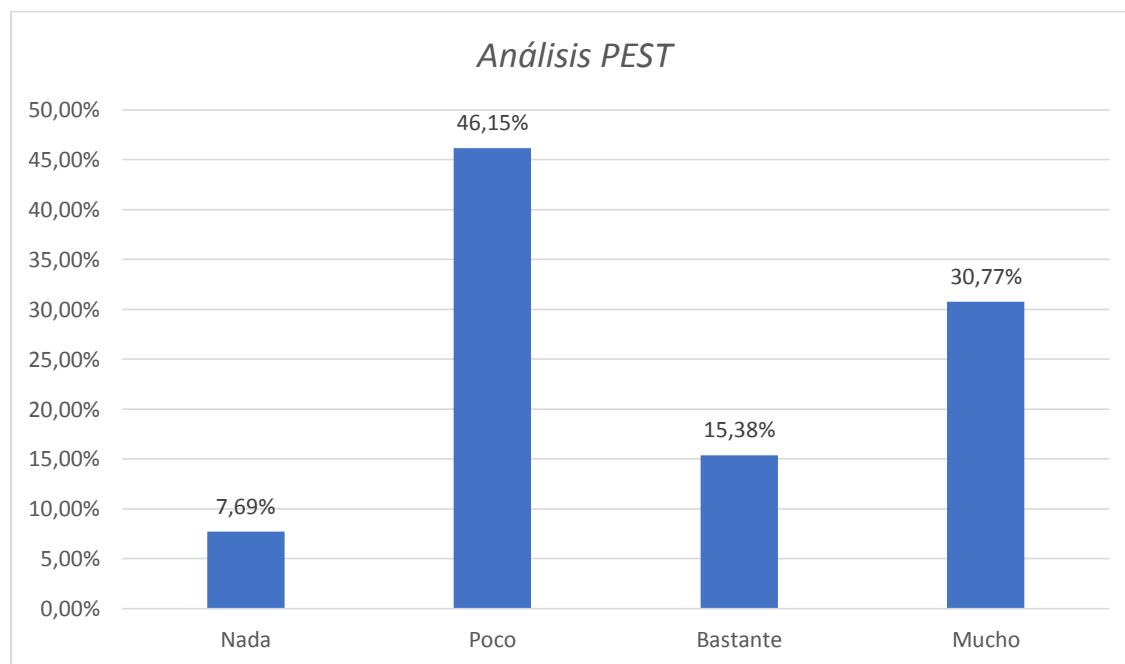
Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% conoce bastante la estructura de un plan estratégico; el 23,08% indicó conocer nada del tema; un 15,38% respondió “poco y un 7,69% dijo que conoce mucho.

Pregunta 27: ¿Conoce el análisis PEST?

Tabla 11. Análisis PEST

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	6	46,15%
Bastante	2	15,38%
Mucho	4	30,77%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 11. *Análisis PEST*

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 40% conoce poco sobre el análisis PEST; el 46,15% indicó conocer poco del tema; un 30,77% respondió “mucho”; el 15,38% mencionó “bastante” y un 7,69% indicó conocer nada.

Pregunta 28: ¿Conoce qué es una matriz FODA?

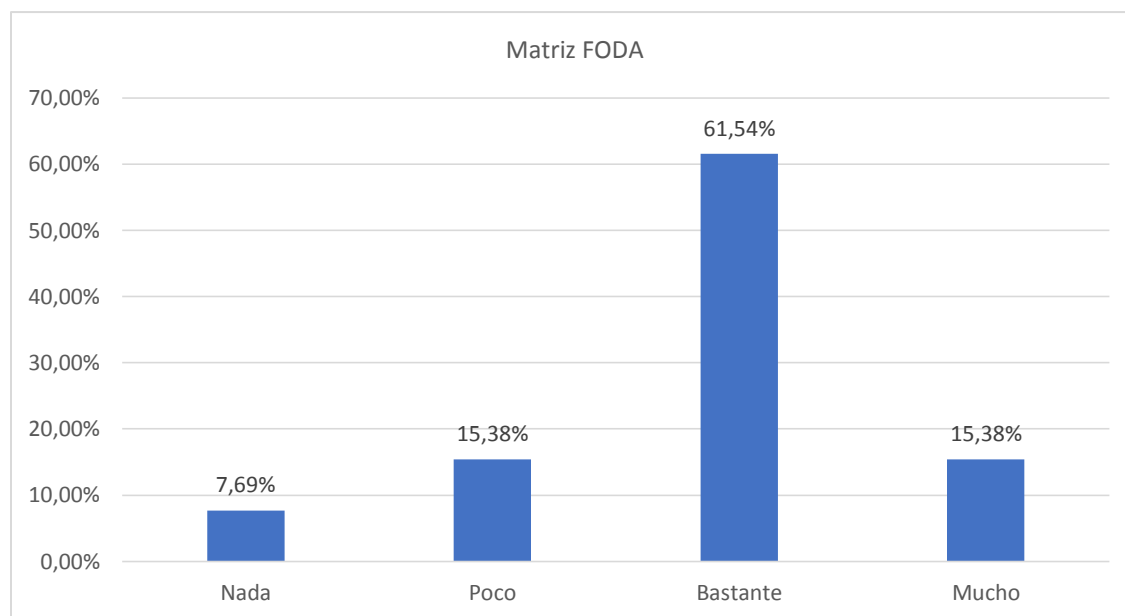
Tabla 12. *Matriz FODA*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	2	15,38%
Bastante	8	61,54%
Mucho	2	15,38%

Total	13	100,00%
--------------	-----------	----------------

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 12. Matriz FODA



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce bastante sobre el análisis FODA; el 15,38% indicó conocer poco del tema; un 15,38% indicó conocer bastante y el restante 7,69% indicó conocer nada.

Dimensión VI: Evaluación y control

Pregunta 5: ¿Conoce los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa?

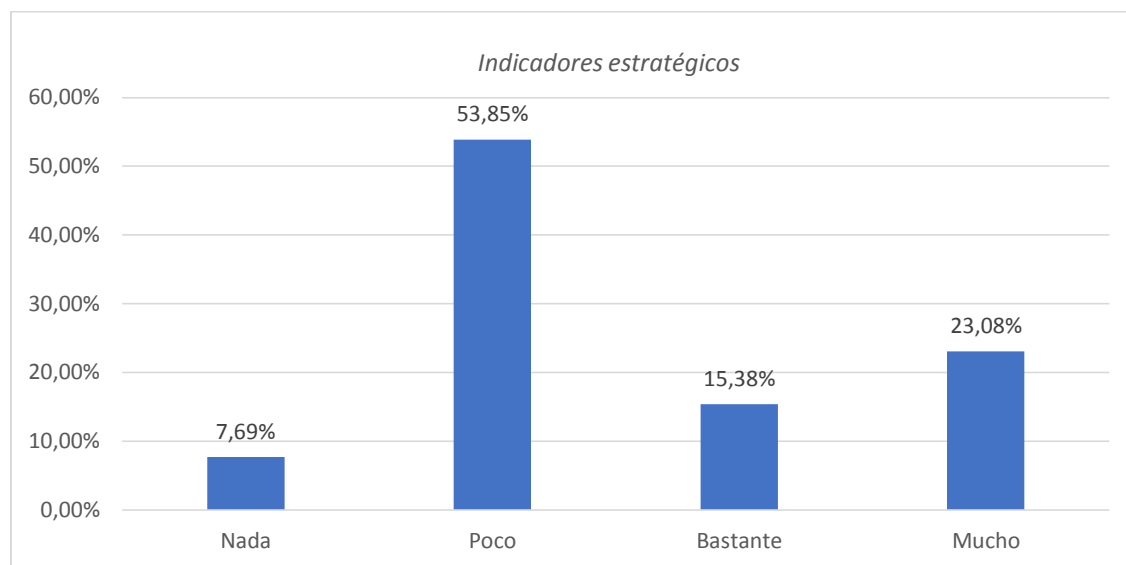
Tabla 13. Indicadores estratégicos

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	1	7,69%

Poco	7	53,85%
Bastante	2	15,38%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 13. Indicadores estratégicos



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% conoce poco los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa el 23,08% indicó “mucho”, el 15,38% contestó “bastante” y el 7,69% respondió “nada”.

Pregunta 6: ¿Conoce alguna herramienta de control que permita el cumplimiento de los objetivos de la empresa?

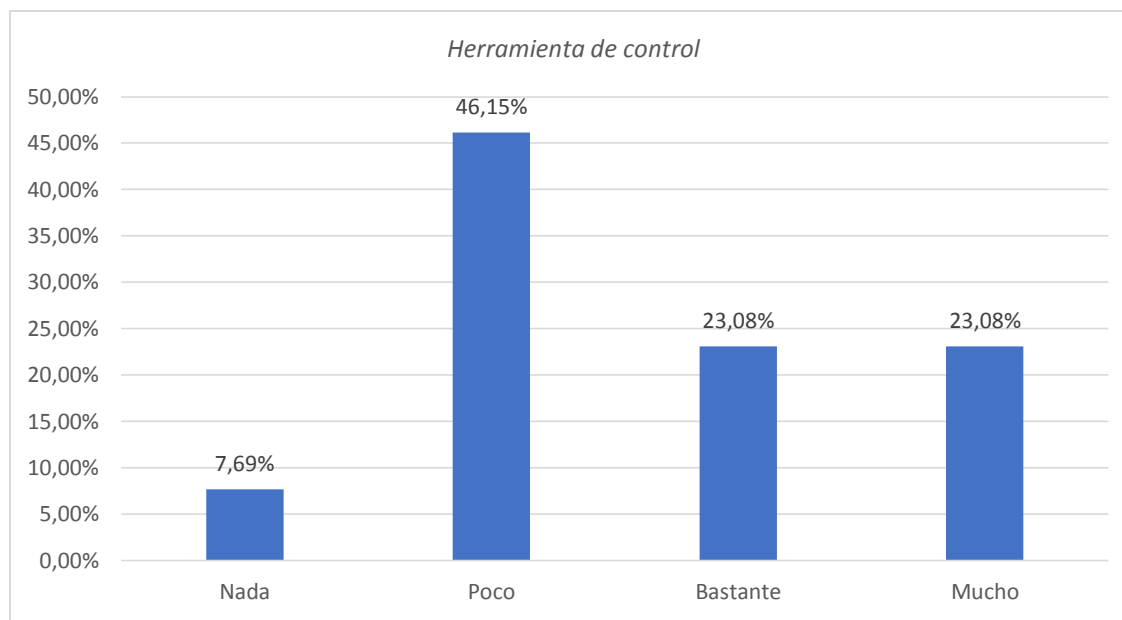
Tabla 14. Herramienta de control

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	6	46,15%

Bastante	3	23,08%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 14. Herramienta de control



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Al indagar a los empleados de la empresa si conocen alguna herramienta de control el 46,15% indicó “poco”, el 23,08% dijo conocer mucho; un 23,08% dijo conocer bastante; y el 7,69% respondió “nada”.

Pregunta 9: ¿Conoce qué indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?

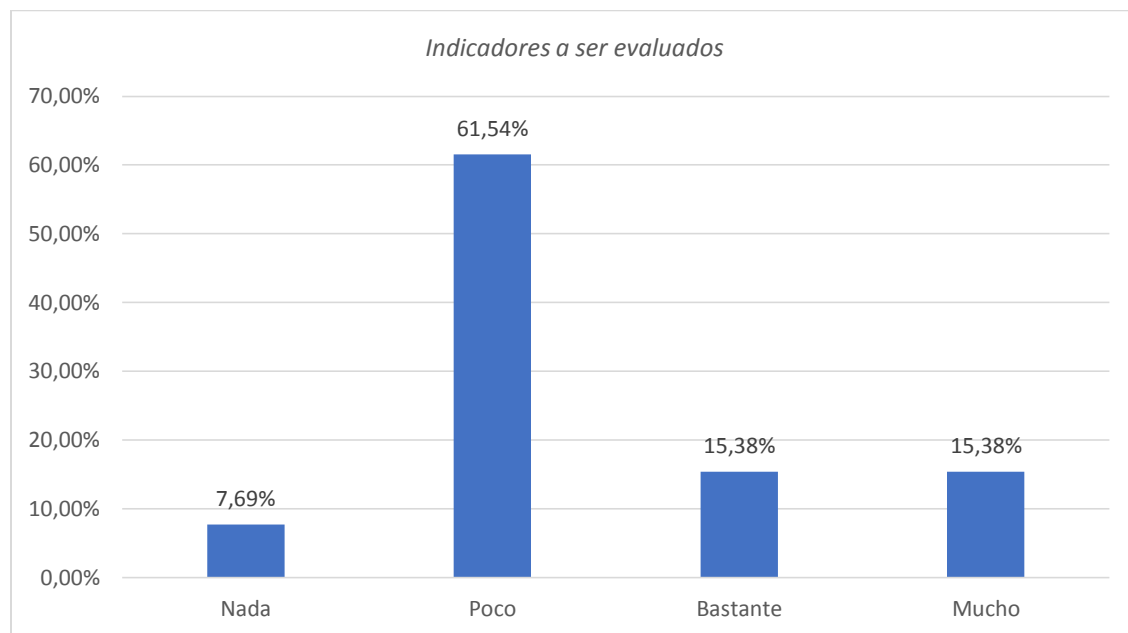
Tabla 15. Indicadores a ser evaluados

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%

Poco	8	61,54%
Bastante	2	15,38%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 15. Indicadores a ser evaluados



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce poco qué indicadores deben ser evaluados; un 15,38% contestó que conoce bastante; el 15,38% indicó “mucho”, y el 7,69% respondió “nada”.

Pregunta 10: ¿Cree que el plan vigente en la Empresa es óptimo?

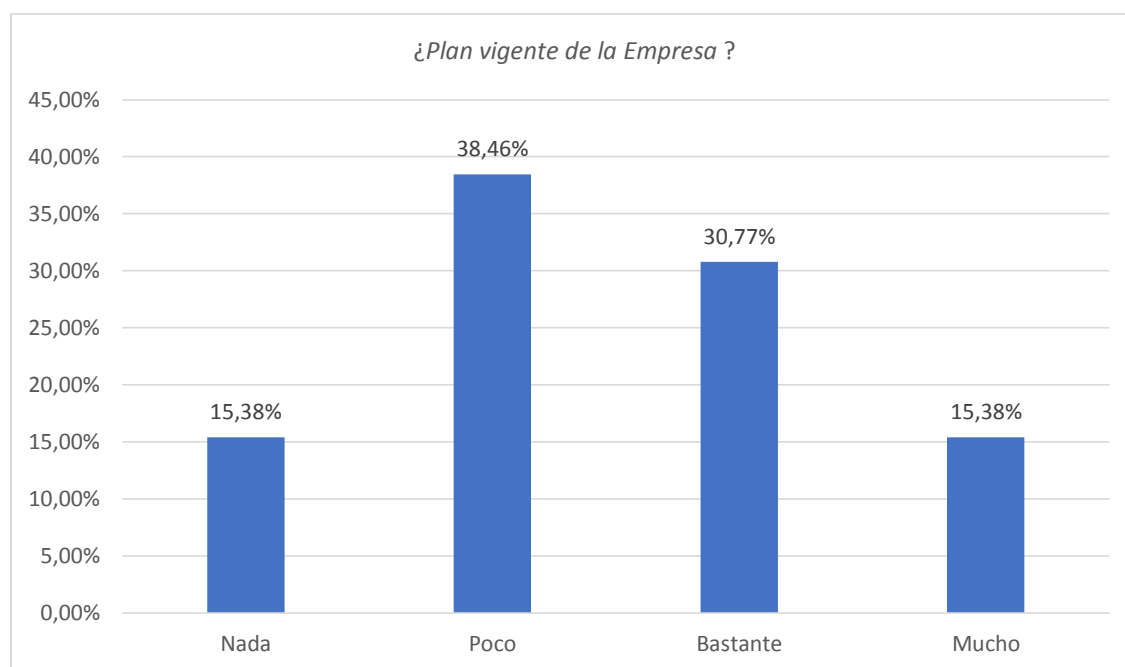
Tabla 16. Plan vigente de la Empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	2	15,38%

Poco	5	38,46%
Bastante	4	30,77%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 16. Plan vigente de la Empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 38,46% cree poco que el plan vigente en la Empresa es óptimo; un 30,77% dijo “bastante”; el 15,38% indicó “mucho”, y el 15,38% respondió “nada”.

Pregunta 12: ¿Cree que el planeamiento estratégico ayudara a mejorar la gestión de la empresa

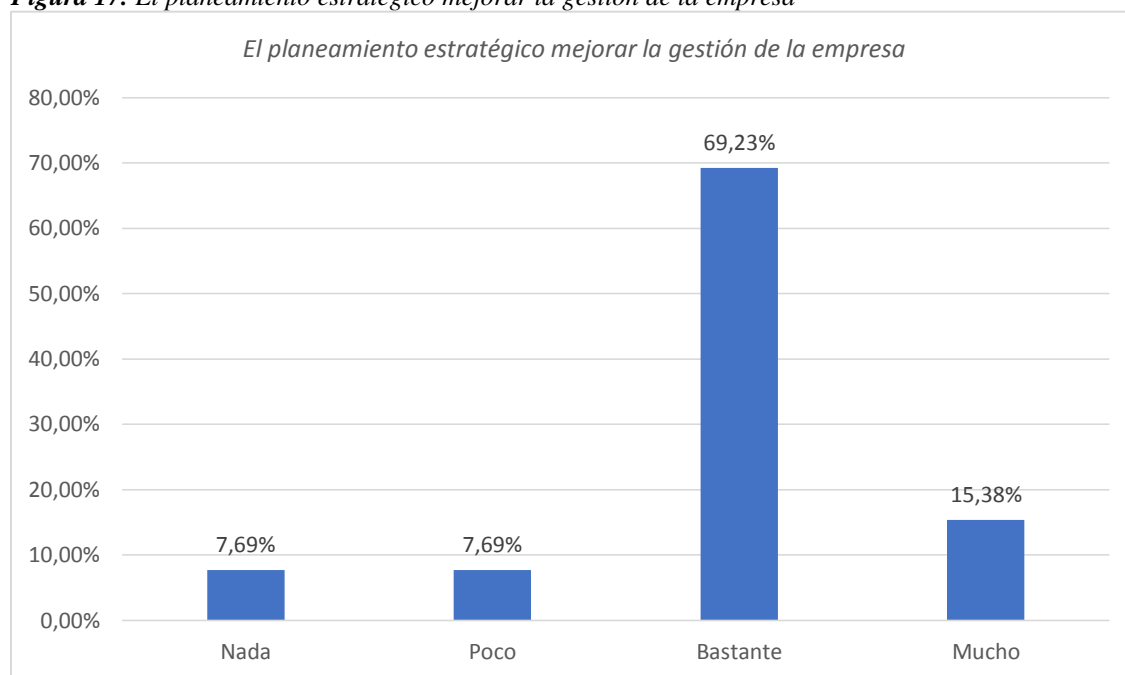
Tabla 17. El planeamiento estratégico mejorar la gestión de la empresa

Variable	Nº	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	1	7,69%
Poco	1	7,69%
Bastante	9	69,23%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 17. El planeamiento estratégico mejorar la gestión de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 69,23% cree bastante que el planeamiento estratégico ayudará a mejorar la gestión de la empresa; el 15,38% indicó “mucho”, el 7,69% dijo “poco” y el 7,69% respondió “nada”.

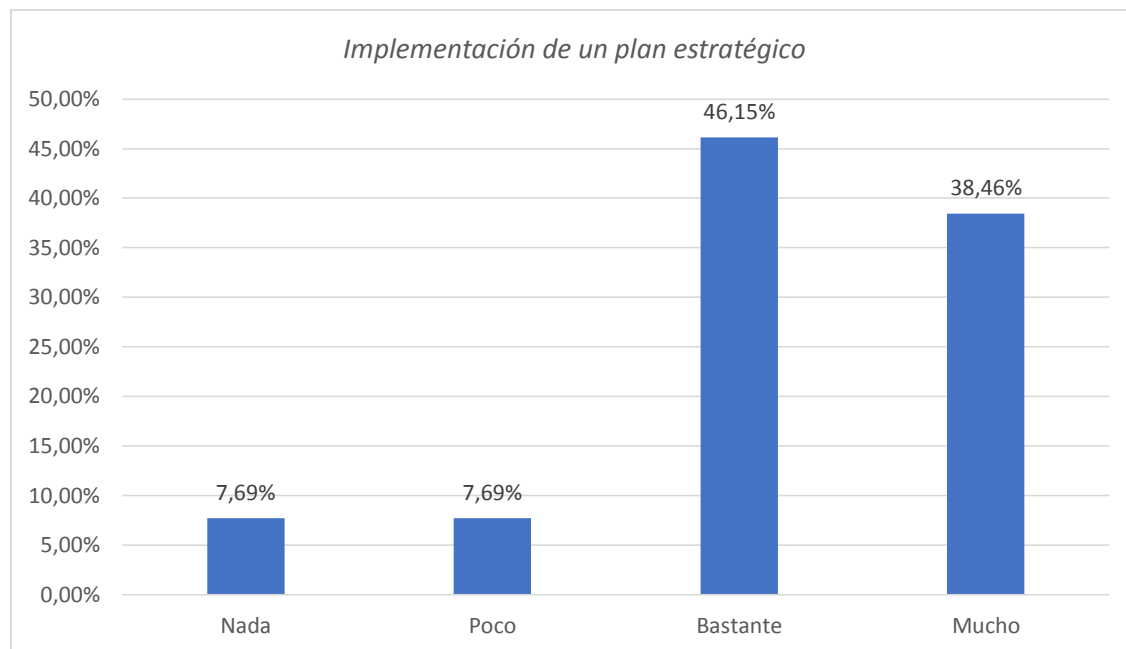
Pregunta 13: ¿Cree que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones?

Tabla 18. Implementación de un plan estratégico

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	1	7,69%
Bastante	6	46,15%
Mucho	5	38,46%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 18. Implementación de un plan estratégico



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 46,15% cree bastante que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones; el 38,46% indicó “mucho”, el 7,69% dijo “poco” y el 7,69% respondió “nada”.

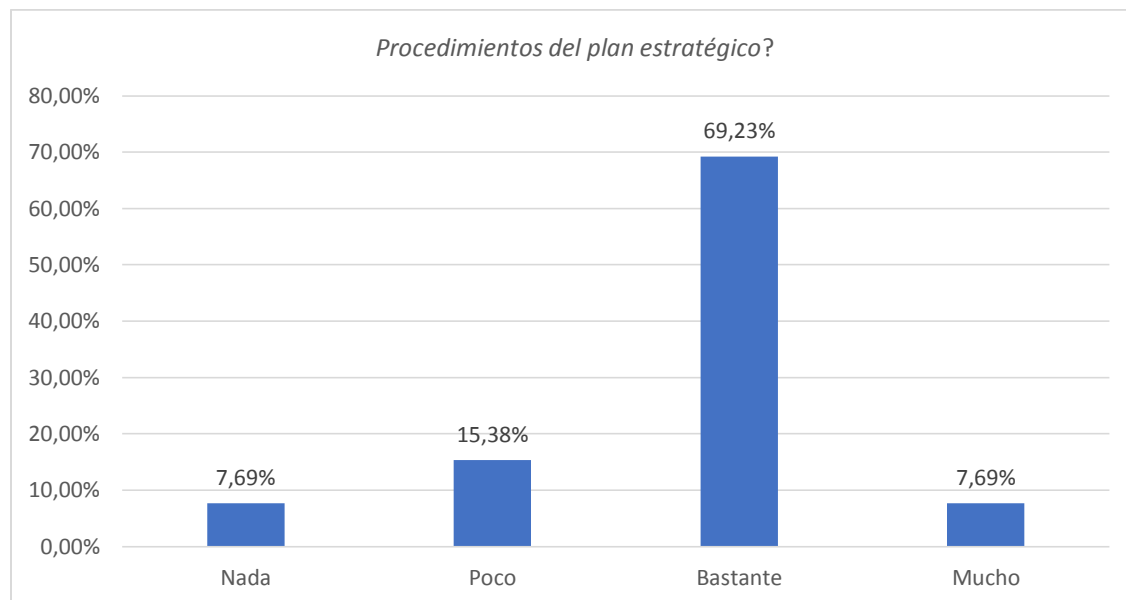
Pregunta 30: ¿Conoce si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados?

Tabla 19 Procedimientos del plan estratégico

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	2	15,38%
Bastante	9	69,23%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 19 Procedimientos del plan estratégico



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 69,23% conoce bastante si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados; el 15,38% indicó conocer poco del tema; el 7,69% contestó “nada” y el 7,69% mencionó “mucho”.

Pregunta 33: ¿Cree usted que la empresa evalúa la ejecución del plan?

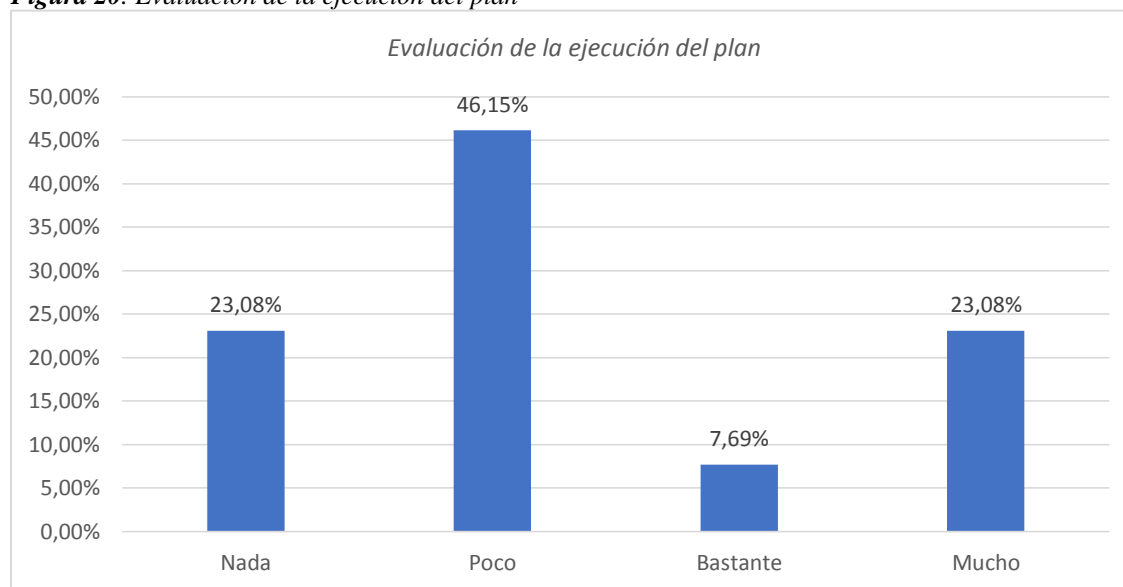
Tabla 20. Evaluación de la ejecución del plan

Variable	N°	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	3	23,08%
Poco	6	46,15%
Bastante	1	7,69%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 20. Evaluación de la ejecución del plan



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 46,15% cree que la empresa evalúa poco la ejecución del plan; el 23,08% no cree que la empresa evalúa dicho plan; un 23,08% indicó conocer mucho y el restante 7,69% dijo que conoce bastante.

Dimensión VD: Identificación

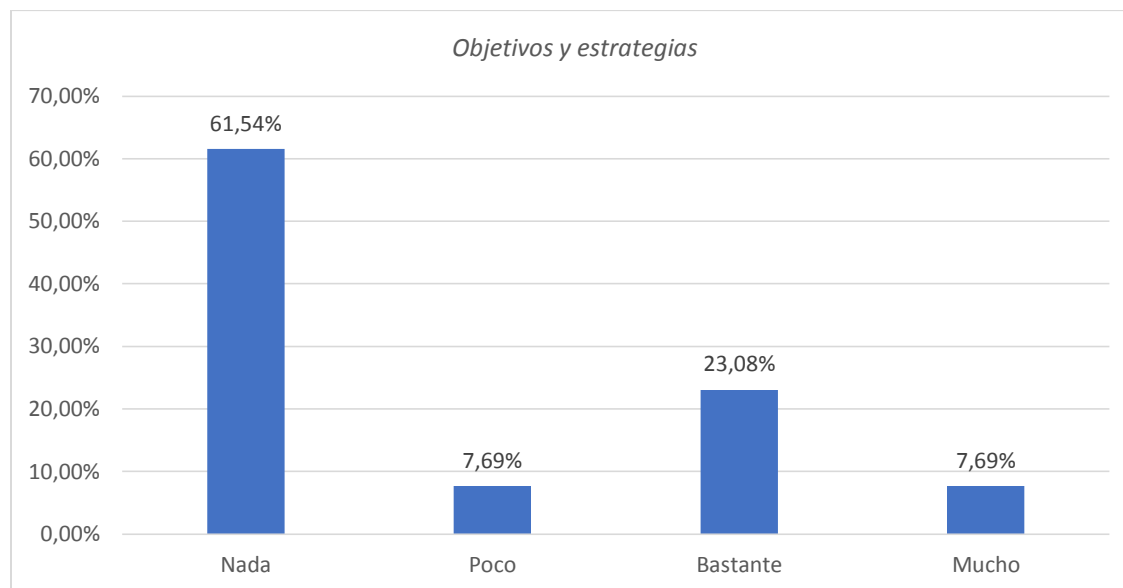
Pregunta 19: ¿Conoce si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias?

Tabla 21. *Objetivos y estrategias*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	8	61,54%
Poco	1	7,69%
Bastante	3	23,08%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 21. Objetivos y estrategias



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce nada si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias; el 23,08% indicó conocer bastante del tema y el 7,69% dijo “poco”. Un 7,69% contestó “mucho”.

Pregunta 20: ¿Conoce si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción?

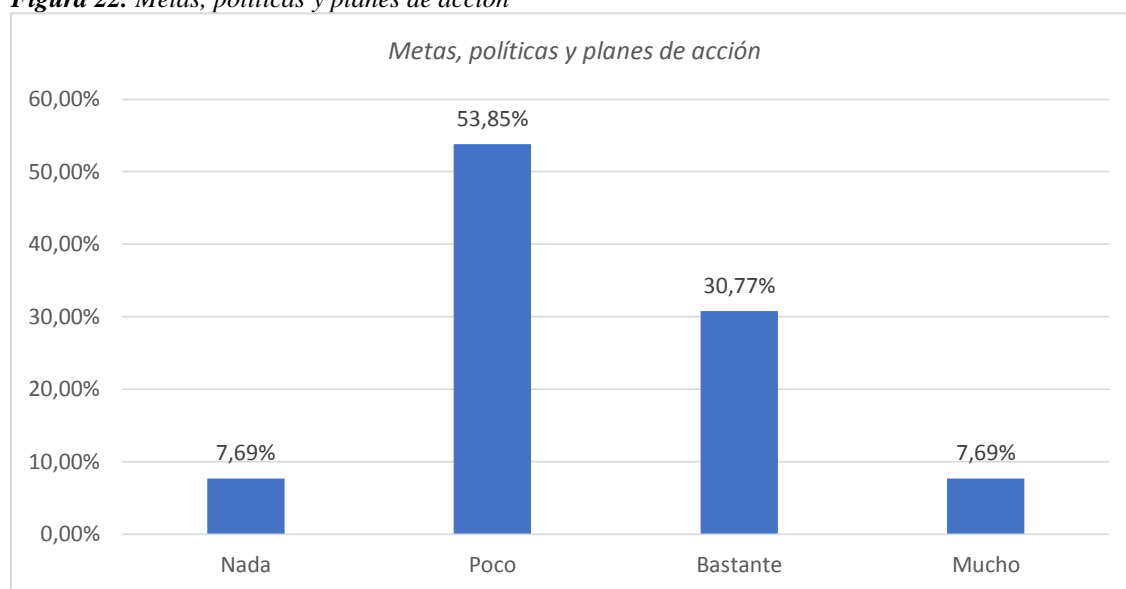
Tabla 22. Metas, políticas y planes de acción

Variable	N°	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	1	7,69%
Poco	7	53,85%
Bastante	4	30,77%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 22. Metas, políticas y planes de acción



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% conoce poco si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción; un 30,77% dijo conocer bastante; el 7,69% indicó conocer nada del tema y el 7,69% dijo “mucho”.

Dimensión VD: Organización

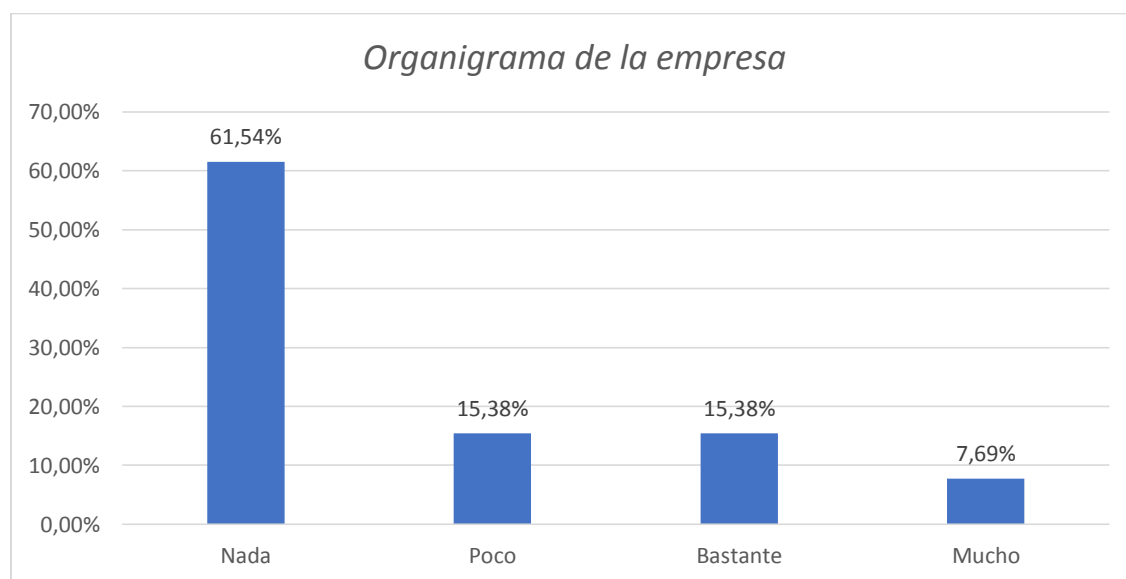
Pregunta 16: ¿Conoce si la empresa cuenta con un organigrama?

Tabla 23. Organigrama de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	8	61,54%
Poco	2	15,38%
Bastante	2	15,38%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 23. Organigrama de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% no conoce si la empresa cuenta con un organigrama; el 15,38% indicó conocer bastante del tema, el 15,38% dijo “poco” y un 7,69% indicó conocer mucho.

Pregunta 17: ¿Conoce si todo el personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades?

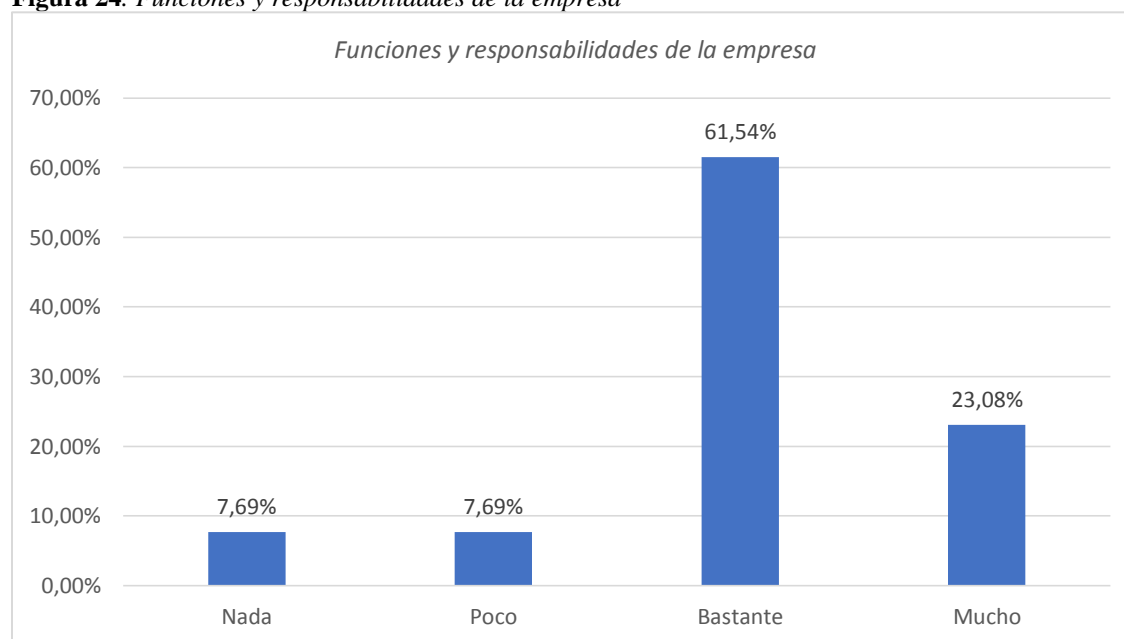
Tabla 24. Funciones y responsabilidades de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	1	7,69%
Poco	1	7,69%
Bastante	8	61,54%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 24. *Funciones y responsabilidades de la empresa*



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce bastante si todo el personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades; el 23,08% indicó conocer mucho del tema, el 7,69% dijo “poco” y el restante 7,69% expresó conocer nada.

Pregunta 18: ¿Conoce si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información?

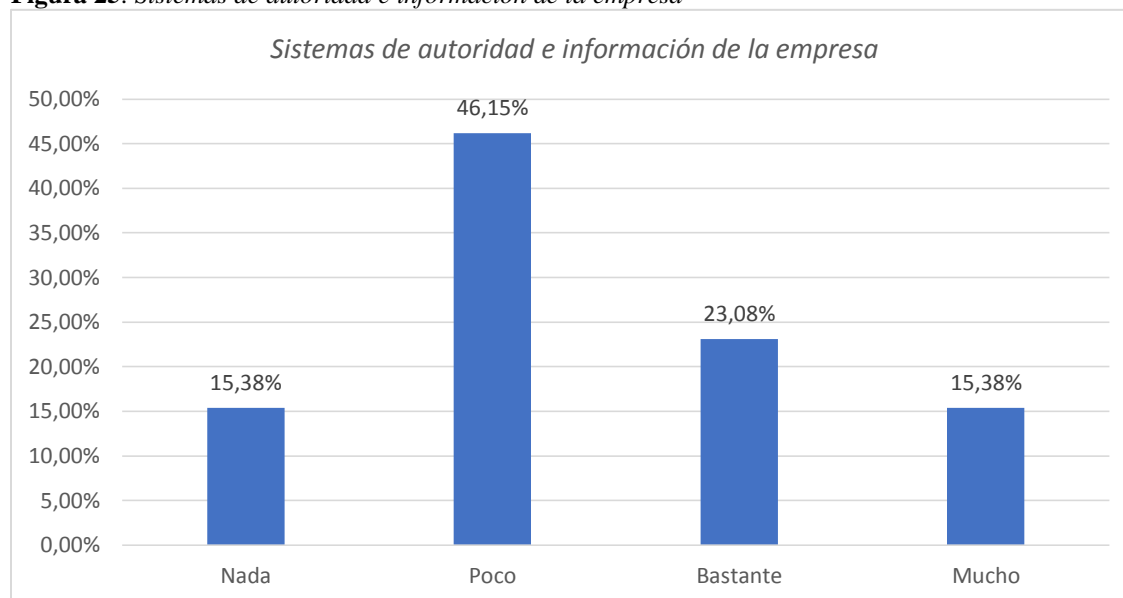
Tabla 25. *Sistemas de autoridad e información de la empresa*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	2	15,38%

Poco	6	46,15%
Bastante	3	23,08%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 25. *Sistemas de autoridad e información de la empresa*



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 46,15% conoce poco si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información; el 23,08% indicó conocer bastante del tema, el 15,38% dijo “mucho” y el restante 15,38% expresó conocer nada.

Pregunta 22: ¿Conoce si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño?

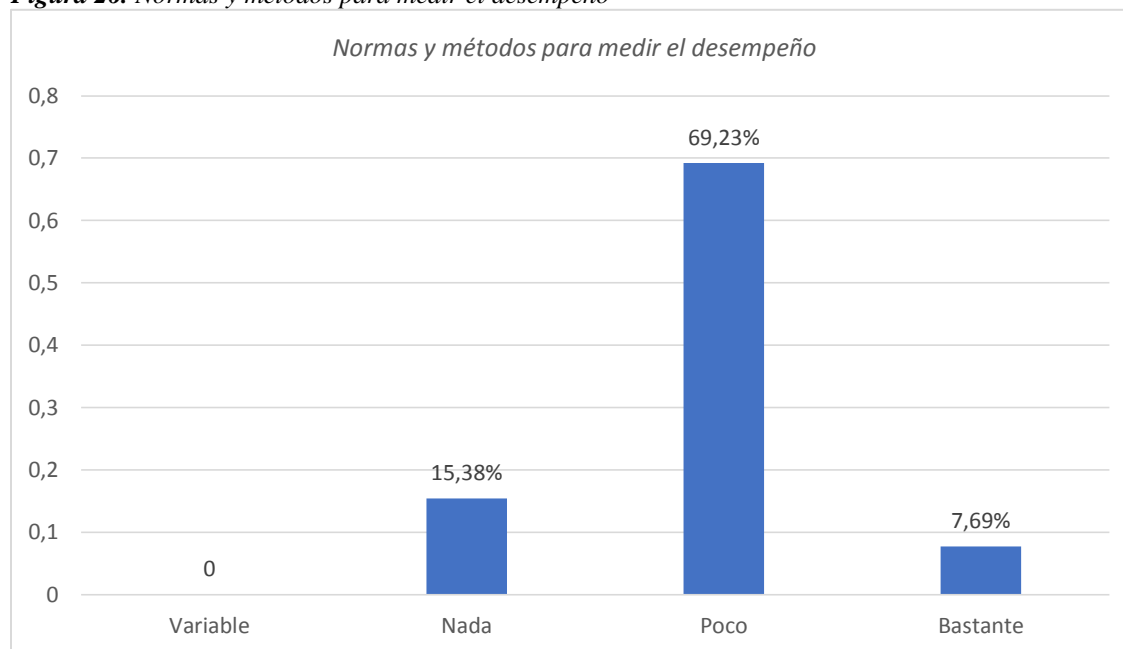
Tabla 26. *Normas y métodos para medir el desempeño*

Variable	N°	Porcentaje
Nada	2	15,38%

Poco	9	69,23%
Bastante	1	7,69%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 26. Normas y métodos para medir el desempeño



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 69,23% conoce poco si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño; el 15,38% indicó conocer nada del tema; un 7,69% indicó conocer mucho y el restante 7,69% dijo que conoce bastante.

Pregunta 29: ¿Conoce las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada?

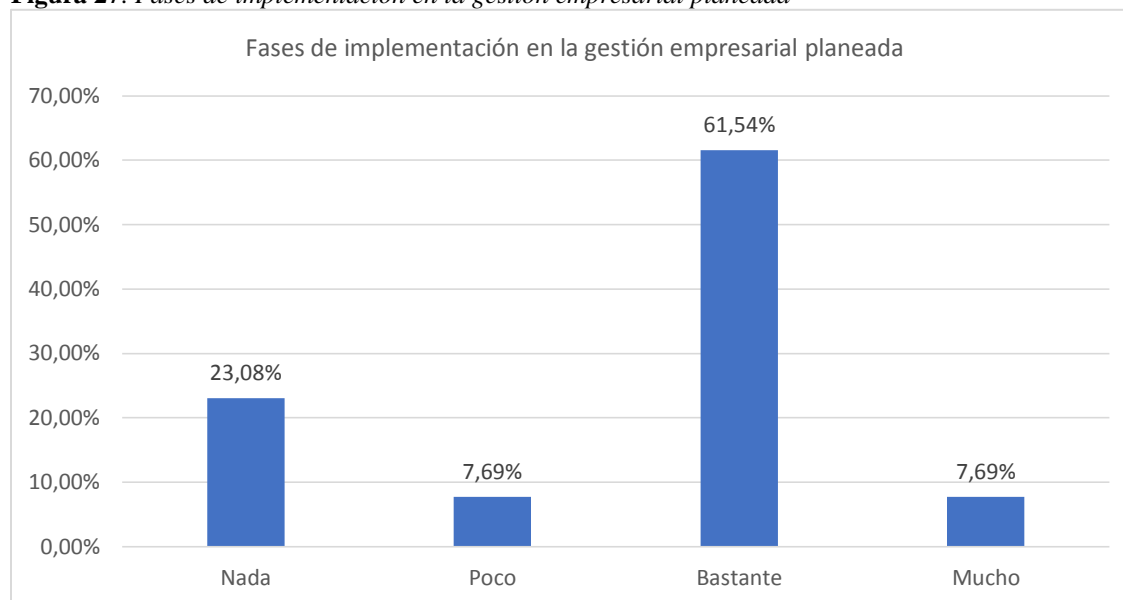
Tabla 27. Fases de implementación en la gestión empresarial planeada

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	3	23,08%

Poco	1	7,69%
Bastante	8	61,54%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 27. Fases de implementación en la gestión empresarial planeada



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce bastante sobre las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada; el 23,08% indicó conocer nada del tema; el 7,69% contestó “mucho” y el 7,69% mencionó “mucho”.

Pregunta 31: ¿Usted ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa?

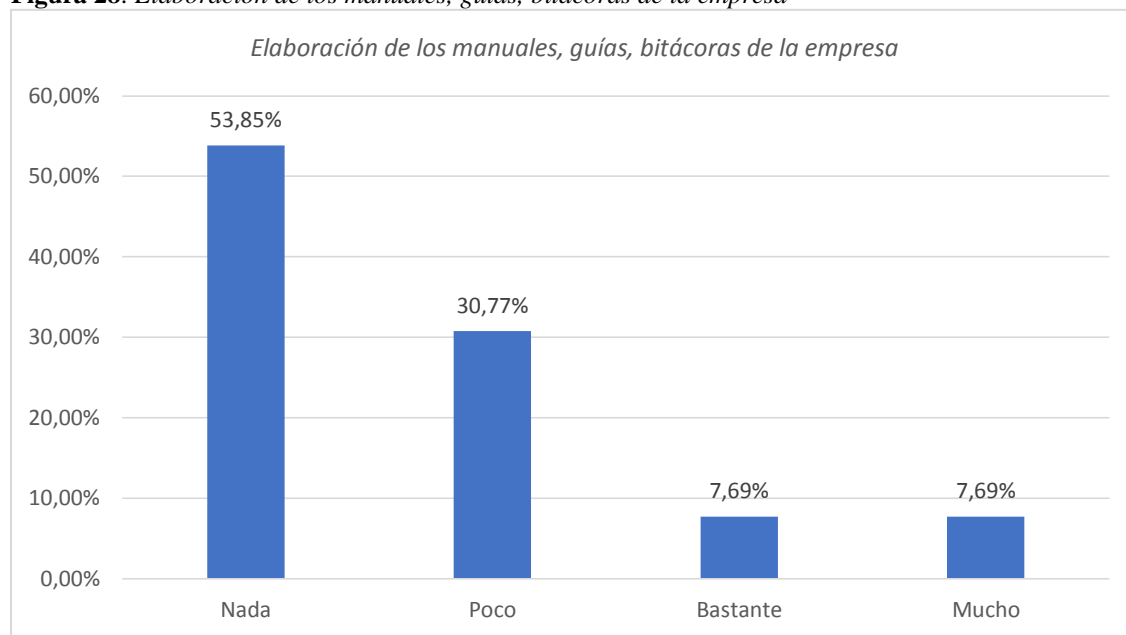
Tabla 28. Elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	7	53,85%

Poco	4	30,77%
Bastante	1	7,69%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 28. Elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% no ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa; el 30,77% indicó que han participado poco en la elaboración de este tipo de documentos y un 7,69% respondió “bastante”.

Pregunta 32: ¿Usted ha participado en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa?

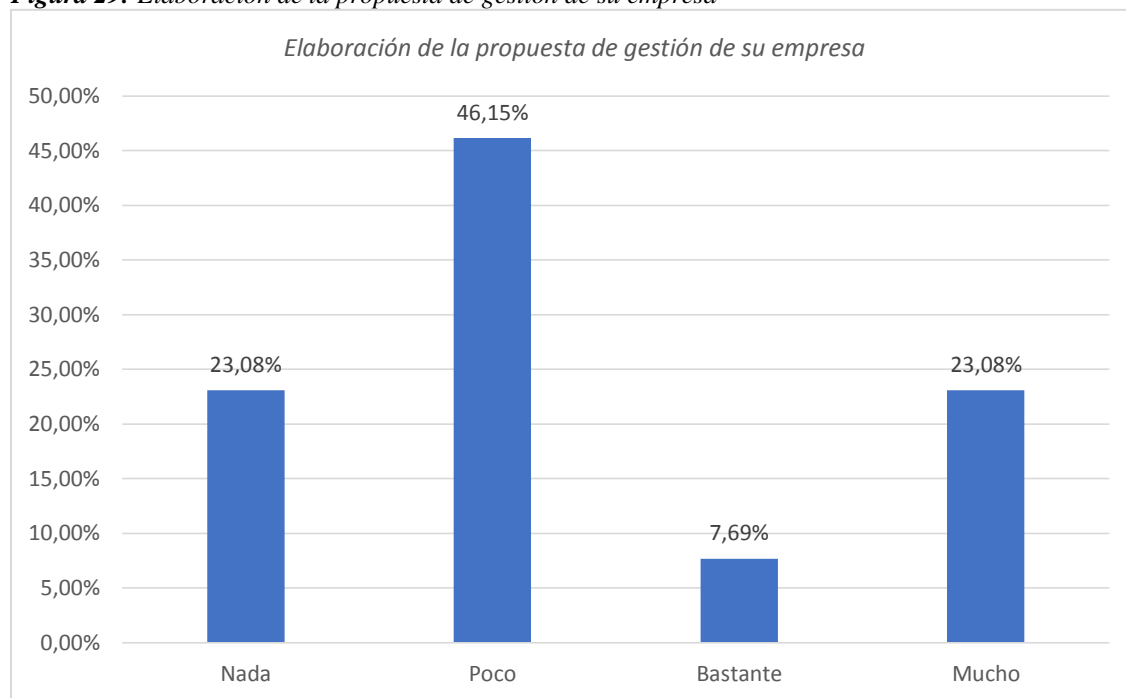
Tabla 29 Elaboración de la propuesta de gestión de su empresa

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	3	23,08%

Poco	6	46,15%
Bastante	1	7,69%
Mucho	3	23,08%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 29: Elaboración de la propuesta de gestión de su empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 46,15% ha participado poco en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa; el 23,08% indicó que no han participado en su elaboración.

Dimensión VD: Ejecución

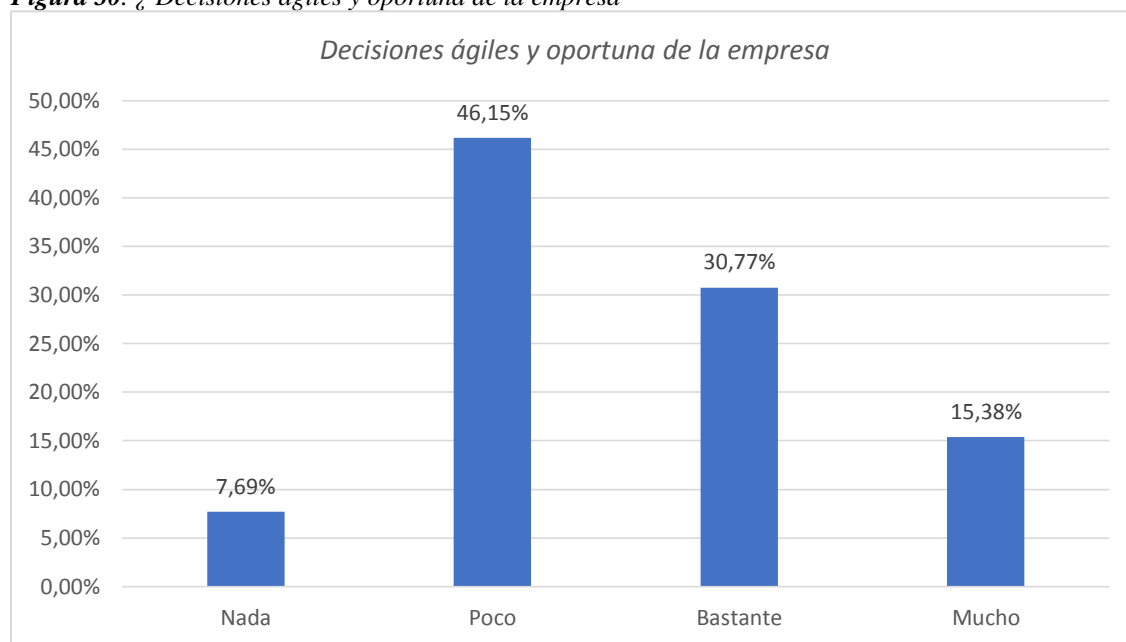
Pregunta 23: ¿Conoce si la toma de decisiones es ágil y oportuna?

Tabla 30. Decisiones ágiles y oportuna de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	6	46,15%
Bastante	4	30,77%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 30. ¿ Decisiones ágiles y oportuna de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 46,15% conoce poco si la toma de decisiones es ágil y oportuna; el 30,77% contestó “bastante”; el 15,38% mencionó “mucho”; un 7,69% indicó conocer nada.

Pregunta 24: ¿Conoce Ud. si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo?

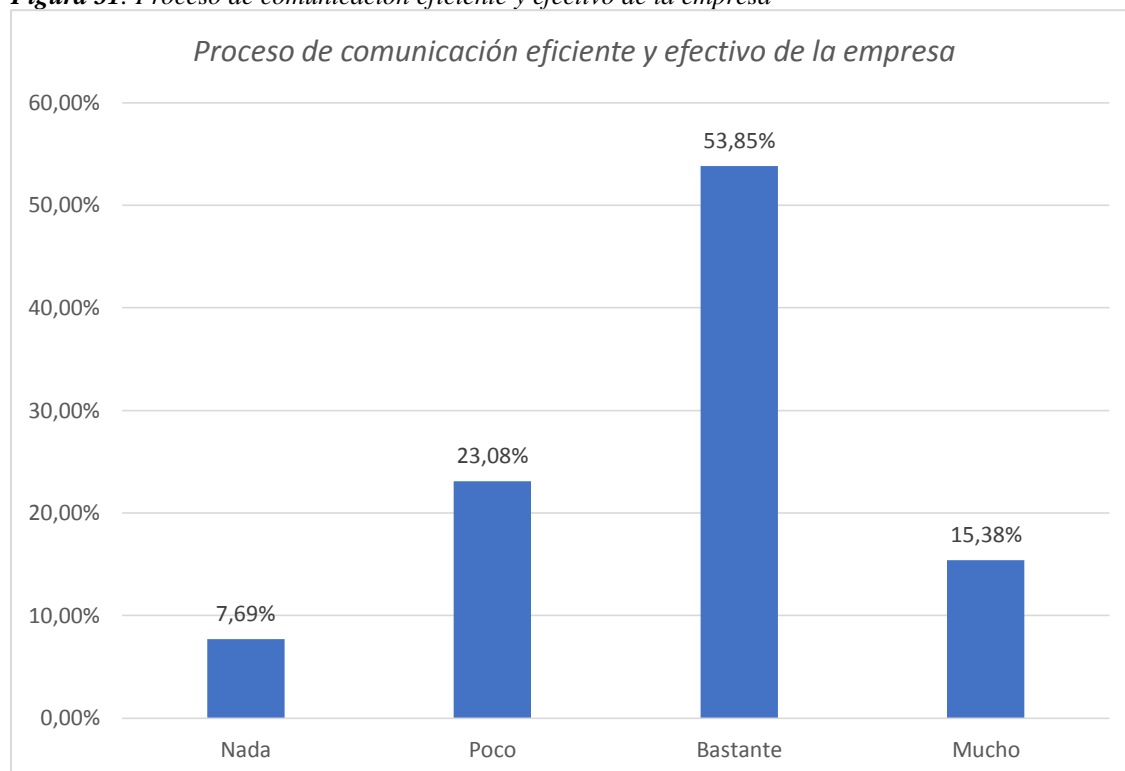
Tabla 31. Proceso de comunicación eficiente y efectivo de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%

Poco	3	23,08%
Bastante	7	53,85%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 31. Proceso de comunicación eficiente y efectivo de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% conoce bastante si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo; el 23,08% indicó conocer poco del tema; un 15,38% respondió “mucho” y el 7,69% dijo “nada”.

Pregunta 25: ¿Conoce Ud. si la gerencia utiliza un estilo participativo?

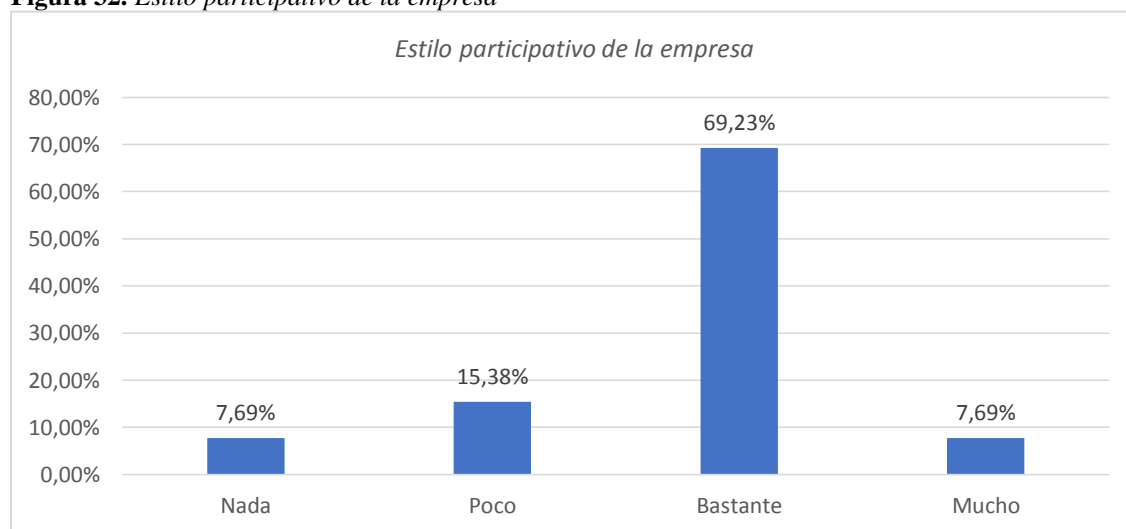
Tabla 32. Estilo participativo de la empresa

Variable	N°	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	1	7,69%
Poco	2	15,38%
Bastante	9	69,23%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 32. Estilo participativo de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 69,23% conoce bastante si la gerencia utiliza un estilo participativo; el 15,38% indicó conocer nada del tema; un 7,69% respondió “nada y el restante 7,69% dijo que conoce mucho si la gerencia utiliza un estilo participativo.

Dimensión VD: Control

Pregunta 14: ¿Conoce si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa?

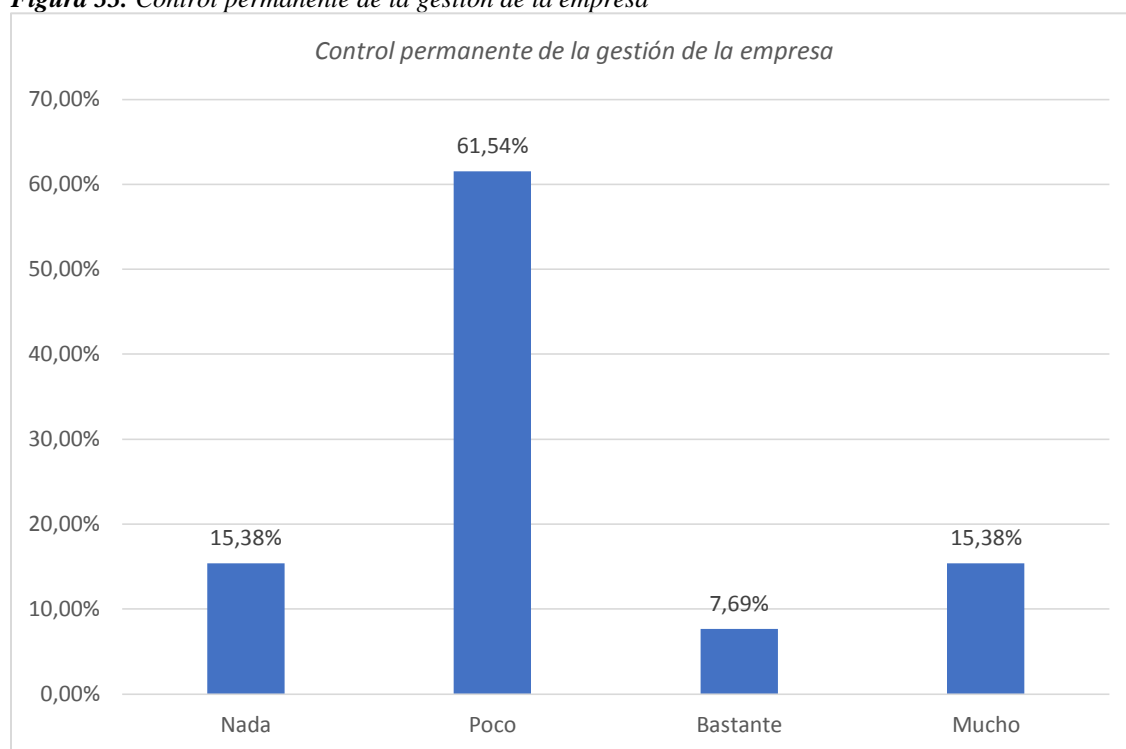
Tabla 33. Control permanente de la gestión de la empresa

Variable	Nº	Porcentaje
----------	----	------------

Nada	2	15,38%
Poco	8	61,54%
Bastante	1	7,69%
Mucho	2	15,38%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 33. Control permanente de la gestión de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61.54% conoce poco si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa; el 15,38% indicó “mucho”, el 15,38% dijo “nada” y el 7,69% respondió “bastante”.

Pregunta 15: ¿Conoce sobre los indicadores de gestión empresarial?

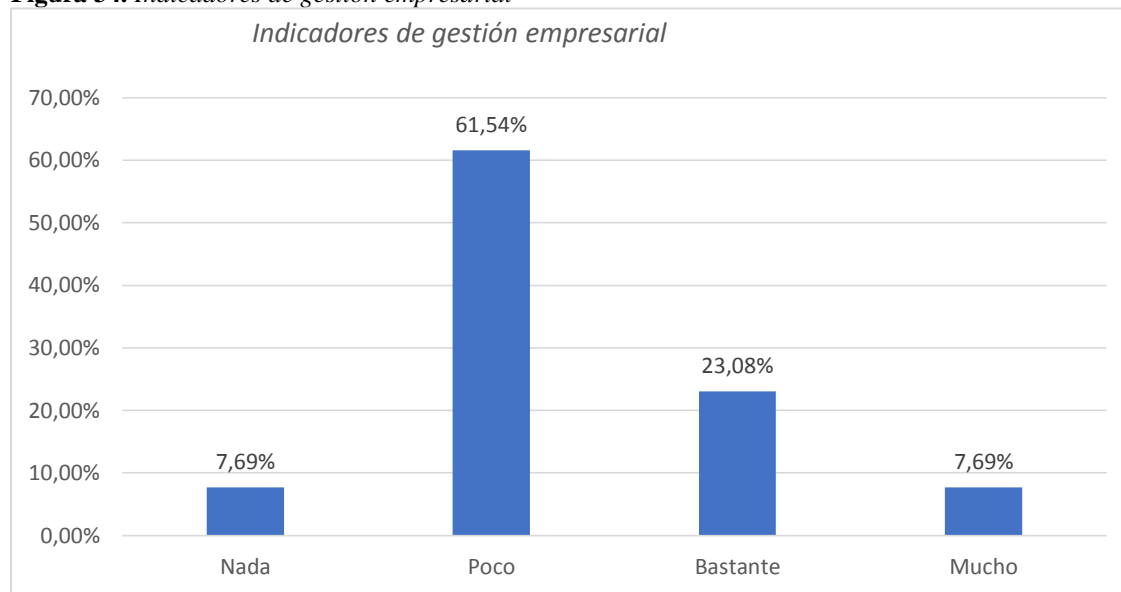
Tabla 34. Indicadores de gestión empresarial

Variable	N°	Porcentaje
Nada	1	7,69%
Poco	8	61,54%

Bastante	3	23,08%
Mucho	1	7,69%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 34. Indicadores de gestión empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 61,54% conoce poco sobre los indicadores de gestión empresarial; el 23,08% dijo “bastante” y el 7,69% respondió “nada” y el restante 7,69% dijo que conoce mucho.

Pregunta 21: ¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.?

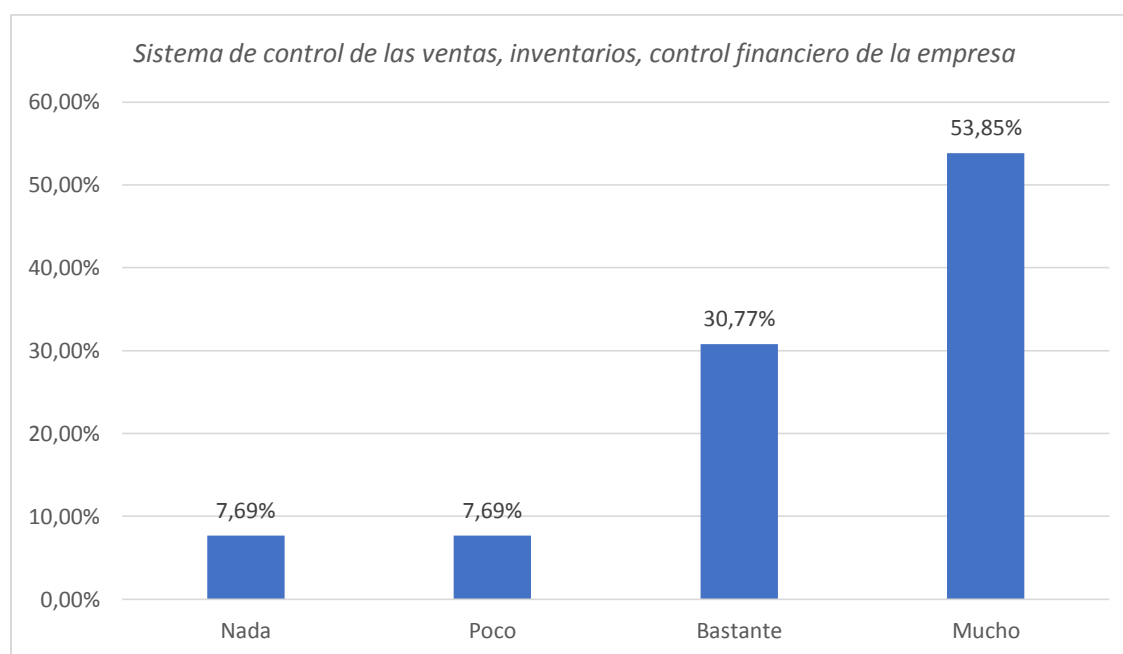
Tabla 35. Sistema de control de las ventas, inventarios, control financiero de la empresa

Variable	Nº	Porcentaje
Nada	1	7,69%

Poco	1	7,69%
Bastante	4	30,77%
Mucho	7	53,85%
Total	13	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

Figura 35. Sistema de control de las ventas, inventarios, control financiero de la empresa



Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa se evidenció que el 53,85% conoce mucho si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.; el 30,77% indicó conocer bastante del tema; un 7,69% respondió “poco” y el 7,69% dijo “nada”.

4.7 Análisis de resultados Encuestas

Tabla 36. Análisis de resultados de la encuesta

Dimensión	Preguntas	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Formulación y Planteamiento	p1 ¿Conoce los resultados del diagnóstico situacional de su empresa?	15,38%	23,08%	23,08%	38,46%
	p2 ¿Conoce la visión de la	61,54%	15,38%	15,38%	7,69%

		empresa?				
	p3	¿Conoce cuáles son valores que promueve la institución?	23,08%	38,46%	15,38%	23,08%
	p4	¿Conoce cuáles son las metas mensuales, anuales que deben ser alcanzadas en la empresa?	7,69%	30,77%	46,15%	15,38%
	p7	¿Conoce los planes que están previstos en su área?	23,08%	23,08%	30,77%	23,08%
Implementación y Dirección	p8	¿Conoce qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?	23,08%	61,54%	7,69%	7,69%
	p11	¿Cree que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa?	15,38%	46,15%	23,08%	15,38%
	p26	¿Conoce la estructura de un plan estratégico?	23,08%	15,38%	53,85%	7,69%
	p27	¿Conoce el análisis PEST?	7,69%	46,15%	15,38%	30,77%
	p28	¿Conoce qué es una matriz FODA?	7,69%	15,38%	61,54%	15,38%
Evaluación y Control	p5	¿Conoce los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa?	7,69%	53,85%	15,38%	23,08%
	p6	¿Conoce alguna herramienta de control que permita el cumplimiento de los objetivos de la empresa?	7,69%	46,15%	23,08%	23,08%
	p9	¿Conoce qué indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?	7,69%	61,54%	15,38%	15,38%
	p10	¿Cree que el plan vigente en la Empresa es óptimo?	15,38%	38,46%	30,77%	15,38%
	p12	¿Cree que el planeamiento estratégico ayudara a mejorar la gestión de la empresa?	7,69%	7,69%	69,23%	15,38%

	p13	¿Cree que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones?	7,69%	7,69%	46,15%	38,46%
	p30	¿Conoce si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados?]	7,69%	15,38%	69,23%	7,69%
	p33	¿Cree usted que la empresa evalúa la ejecución del plan?	23,08%	46,15%	7,69%	23,08%
Identificación	p19	¿Conoce si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias?	61,54%	7,69%	23,08%	7,69%
	p20	¿Conoce si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción?	7,69%	53,85%	30,77%	7,69%
	p16	¿Conoce si la empresa cuenta con un organigrama?	61,54%	15,38%	15,38%	7,69%
	p17	¿Conoce si todo el personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades?	7,69%	7,69%	61,54%	23,08%
	p18	¿Conoce si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información?	15,38%	46,15%	23,08%	15,38%
Organización	p22	¿Conoce Ud. si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño?	15,38%	69,23%	7,69%	7,69%
	p29	¿Conoce las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada?	23,08%	7,69%	61,54%	7,69%
	p31	¿Usted ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa?	53,85%	30,77%	7,69%	7,69%
	p32	¿Usted ha participado en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa?	23,08%	46,15%	7,69%	23,08%

Ejecución	p23	¿Conoce Ud. Si la toma de decisiones es ágil y oportuna?	7,69%	46,15%	30,77%	15,38%
	p24	¿Conoce Ud. si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo?	7,69%	23,08%	53,85%	15,38%
	p25	¿Conoce Ud. si la gerencia utiliza un estilo participativo?	7,69%	15,38%	69,23%	7,69%
Control	p14	¿Conoce si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa?	15,38%	61,54%	7,69%	15,38%
	p15	¿Conoce sobre los indicadores de gestión empresarial?	7,69%	61,54%	23,08%	7,69%
	p21	¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.?	7,69%	7,69%	30,77%	53,85%

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

4.8 Evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control.

Tabla 37. Medición de las dimensiones de la variable independiente

Medición de las variable Independiente			
Variable Independiente	Dimensiones	Ítems	Puntuación promedio

	Formulación y Planteamiento	P1, P2 y P3	2,31
Planificación Estratégica	Implementación y Dirección	P4, P7, P8, P11, P26, P27, y P28	2,52
	Evaluación y control	P5, P6, P9, P10, P12, P13, P30, y P33	2,64
Nivel promedio de la Planificación estratégica			2,49

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

4.9 Evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control.

Tabla 38. Medición de las dimensiones de la variable independiente

Medición de la variable dependiente			
Variable Dependiente	Dimensiones	Ítems	Puntuación promedio
Gestión empresarial	Identificación	P19 y P20	2,08
	Organización	P16, P17, P18, P22, P29, P31 y P32	2,24
	Ejecución	P23, P24 y P25	2,69
	Control	P14, P15 y P21	2,62
Nivel promedio de la Gestión Empresarial			2,41

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la empresa.

4.10 Comprobación de Hipótesis

Una vez analizados los datos se procede a comprobar las hipótesis planteadas a inicios del estudio:

Hipótesis general: “Las variables planificación estratégica y gestión empresarial de la empresa “El Original” están relacionadas.”

Con base en las fuentes analizadas y en los datos recopilados se procede a comprobar la hipótesis general, pues se evidenció que la planificación estratégica apoya a la gestión empresarial. El foco está en la comparación entre ambas variables, demostrando que existe una correlación lineal directa de 0,987 entre la planificación estratégica y la gestión empresarial.

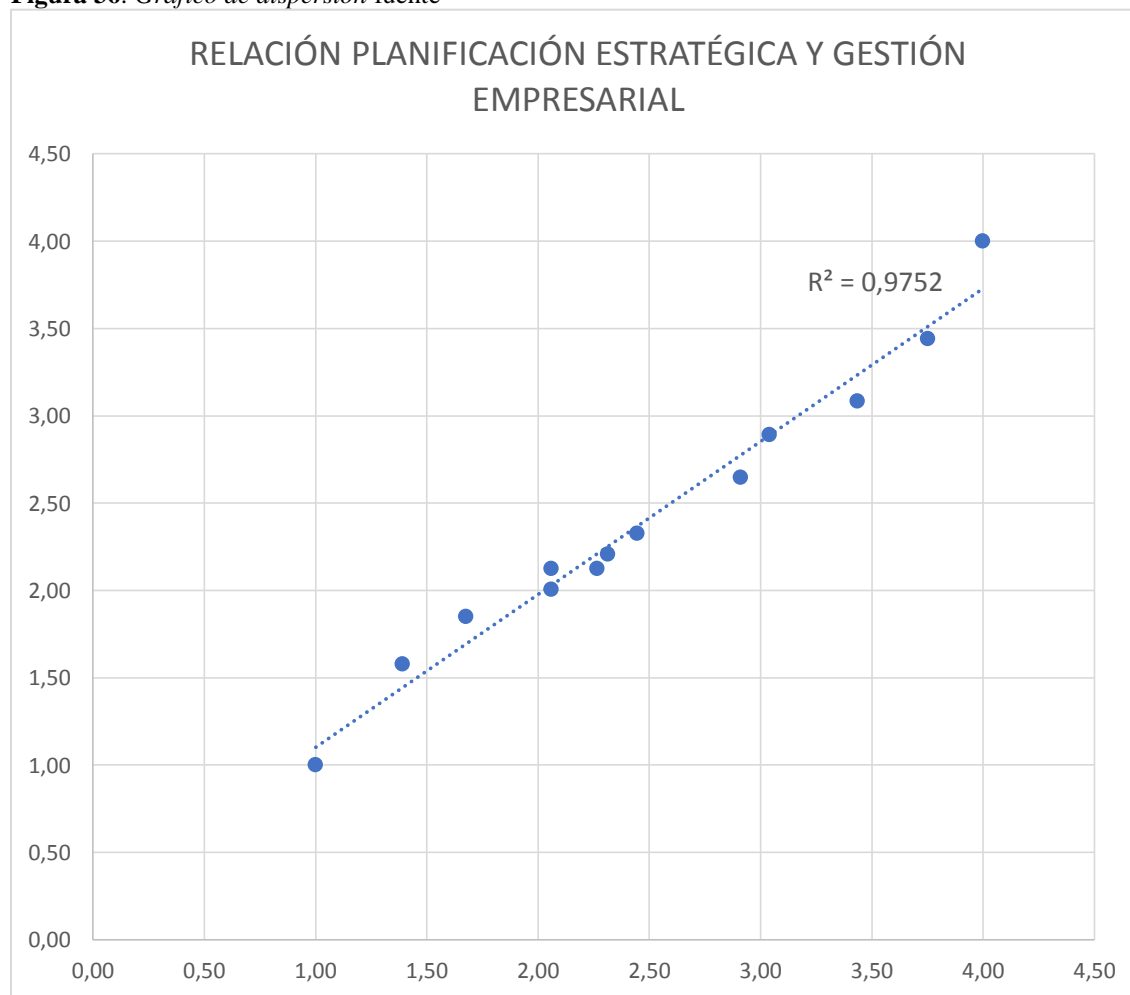
Tabla 39. *Relación Planificación Estratégica y Gestión Empresarial*

		Correlaciones	
		VARIABLE INDEPENDIE NTE PLANIFICAC IÓN ESTRATÉGIC A	VARIABLE DEPENDIEN TE GESTIÓN EMPRESARI AL
VARIABLE INDEPENDIENTE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Correlación de Pearson	1	,987**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	13	13
VARIABLE DEPENDIENTE GESTIÓN EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	,987**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	13	13

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

Según la Tabla 39 el valor del estadístico r de Pearson es de 0,987, siendo esta correlación significativa, por lo que se puede afirmar con un 99% de confianza que existe una correlación positiva muy alta entre las variables **Planificación Estratégica** y **Gestión Empresarial**, porque el valor de significación bilateral es de 0,000 por debajo del 0,01 requerido.

En la siguiente figura se muestra de manera gráfica la relación entre la variable dependiente y la variable independiente:

Figura 36. Gráfico de dispersión fuente

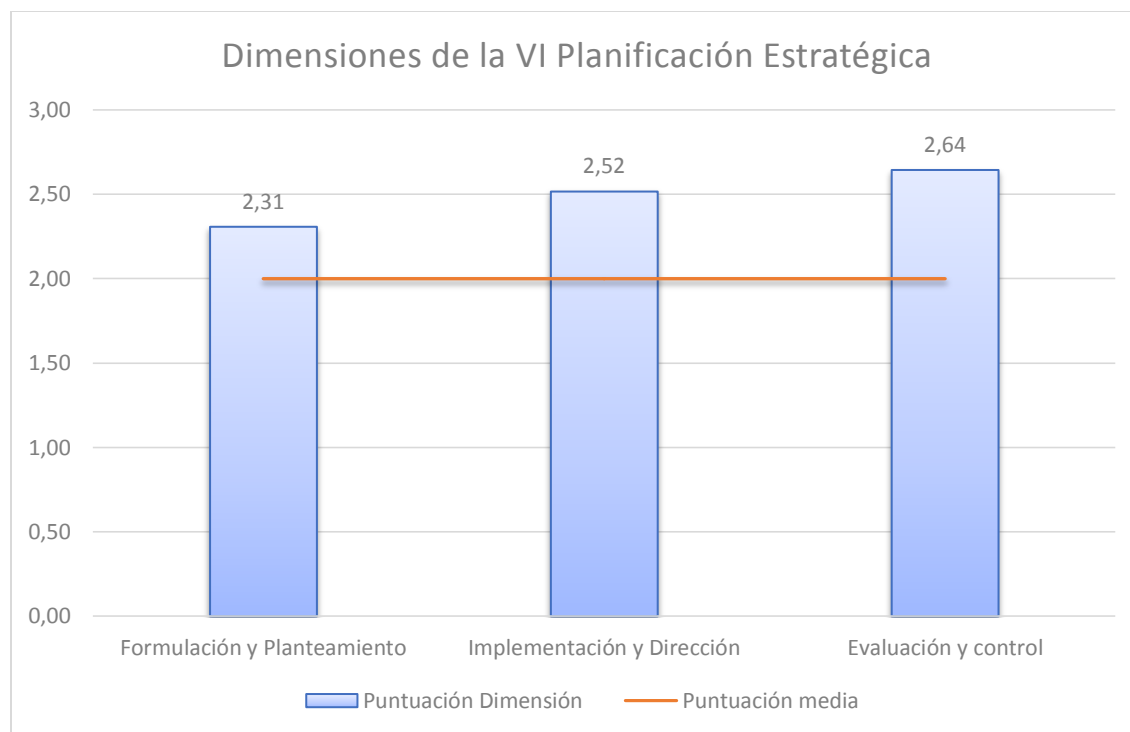
Fuente: relación de las variables

Comprobación de la Hipótesis Específica 1

Hipótesis Específica 1: “La evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control** superan el puntaje del promedio requerido”.

Al evaluar el nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" se comprobó la Hipótesis Específica 1, siendo las puntuaciones de las dimensiones de la variable Planificación estratégica las siguientes:

Figura 37. Puntuaciones de las Dimensiones de la VI Planificación Estratégica



Fuente: Resultado de las dimensiones de la variable independiente

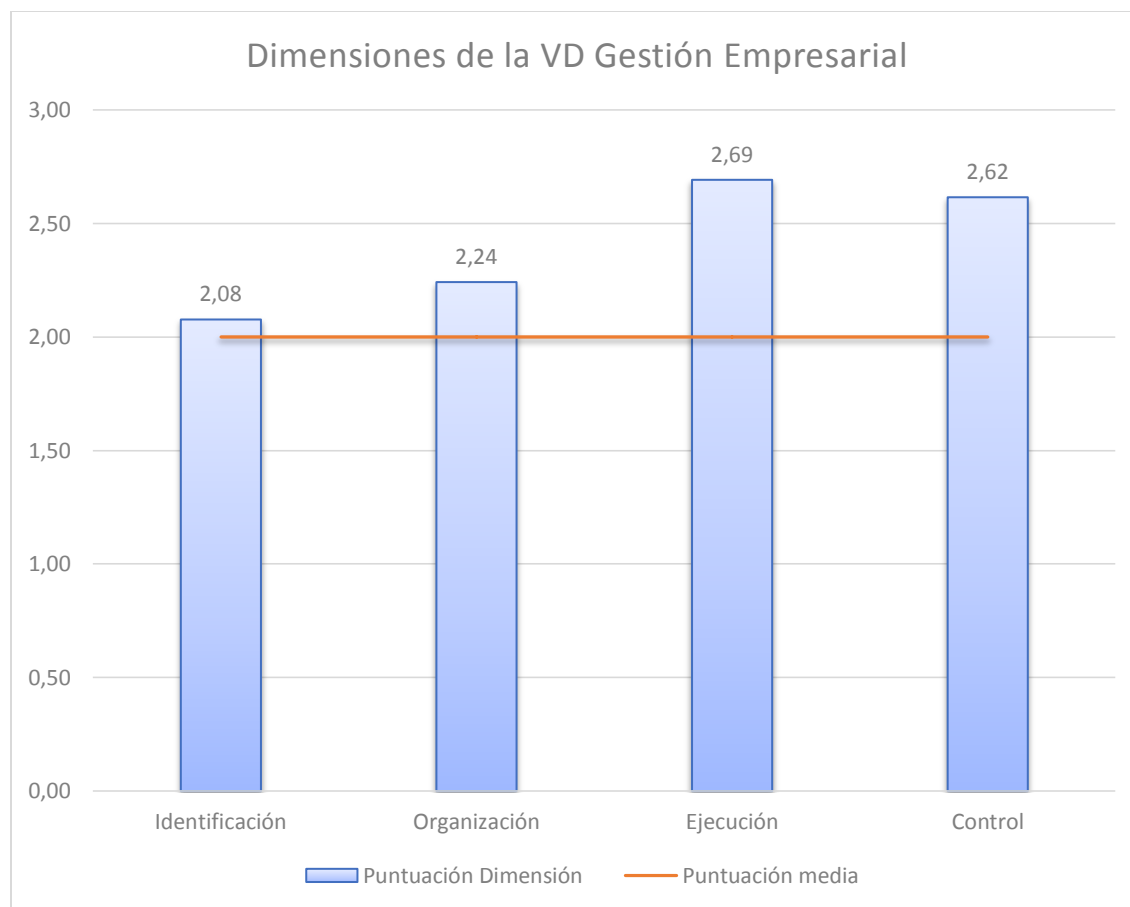
En la figura se observa que las dimensiones **formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control** superan el puntaje promedio requerido. En el caso de la dimensión **Formulación y Planteamiento** tiene una puntuación promedio de 2,31; en la dimensión **implementación y Dirección** se tiene una puntuación de 2,52 y la dimensión **Evaluación y Control** tiene una puntuación de 2,64.

4.10.1 Comprobación de la Hipótesis Específica 2

Hipótesis Específica 2: “La evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **identificación, organización, ejecución y control** superan el puntaje del promedio requerido”.

Al evaluar el nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" se comprobó la Hipótesis Específica 2, siendo las puntuaciones de las dimensiones de la variable Gestión empresarial las siguientes:

Figura 38. Puntuaciones de las Dimensiones de la VD Gestión Empresarial



Fuente: Resultados de las dimensiones de Variable dependiente

En la figura se observa que las dimensiones **identificación, organización, ejecución y control** superan el puntaje promedio requerido. En el caso de la dimensión Identificación tiene una puntuación promedio de 2,08; en la dimensión Organización se tiene una puntuación de 2,24, en la dimensión Ejecución se tiene una puntuación promedio de 2,69 y la dimensión Evaluación y Control tiene una puntuación de 2,62.

Capítulo IV: Propuesta

5.1 Título

Plan estratégico para la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" 2022-2024

1.1 Empresa

“El Original”

1.2 Antecedente

Una vez analizados los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original”, se determina que la elaboración de un plan estratégico es necesario para la mejora de la gestión empresarial de la empresa, los resultados demostraron que ambas variables están relacionadas ($r=0,818$).

De esta manera se plantea el Plan estratégico empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" para el periodo 2022-2024. En este plan se dejan definidos la misión, visión, valores y los objetivos de la empresa.

Misión

- ✓ Comercializar productos originales y de buena calidad, que cumpla con todos los estándares del medio ambiente y tener un personal eficiente y eficaz.

Visión

- ✓ Ser la mejor empresa comercializadora de repuestos fuera de borda de la ciudad de Manta por medio de: Productos de alta calidad, calidad en la atención, disponibilidad inmediata, personal eficiente.
- ✓ Crecer a nivel local con los distintos clientes, ser más eficientes, tener una proyección clara de que es lo que se quiere alcanzar.
- ✓ Ser unos de los principales almacenes que cuenta con el stock completo para las empresas atuneras.

- ✓ Incrementar la venta de motores fuera de borda más especializado, abrir una sucursal en un puerto marítimo.

Los valores

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Excelencia
- ✓ Honestidad
- ✓ Puntualidad en la entrega de los pedidos
- ✓ Trabajo en equipo

1.3 Desarrollo de la Propuesta

1.3.1 Misión

Seleccionar las estrategias más efectivas para la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” para la mejora de la gestión, que permitan el posicionamiento de la marca en los consumidores mantenses, mejora de la productividad y la optimización de los procesos de la empresa. Para que de tal manera se incrementen las ventas y en consecuencia el aumento de los beneficios generados por la empresa.

1.3.2 Objetivo

Proponer directrices del plan estratégico estructurado para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta.

1.3.3 Plan Estratégico

Tabla 40. Diseño del Plan Estratégico

<i>Fases</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Acciones</i>	<i>Recursos Materiales</i>	<i>Responsables y participantes</i>	<i>Tiempo</i>
<i>Formulación y Planteamiento</i>	Formular y plantear las estrategias que permitirán el logro de la visión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta.	<p>Desarrollar un plan de capacitaciones enfocado en optimizar el desempeño de los empleados de la empresa.</p> <hr/> <p>Evaluar mediante reuniones de trabajo entre el dueño de la empresa y un profesional las estrategias de posicionamiento en el mercado mantense.</p> <hr/> <p>Evaluar qué sistema informático es el adecuado para llevar un mejor control de las ventas de la empresa.</p>	<p>laptop, impresora, material de oficina Instalaciones de la empresa</p>	Dueño de la empresa y profesional en estrategias de posicionamiento	2 meses
<i>Implementación y dirección</i>	Implementar y dirigir las estrategias externas e internas dirigidos a la consecución de la situación futura esperada de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta.	<p>Establecer y ejecutar un cronograma para la elaboración del plan de capacitación para la optimización del desempeño de los empleados.</p> <hr/> <p>Desarrollar y ejecutar las reuniones de trabajo entre el dueño de la empresa y el profesional en administración para el establecimiento de estrategias que conlleven al posicionamiento de la empresa en la ciudad de Manta.</p>	<p>laptop, impresora, material de oficina Instalaciones de la empresa, Software</p>	Dueño de la empresa y profesional en administración de empresas. Personal especializado en manejo de software.	2 meses

		Implementar un sistema informático que permita llevar un mejor control de las ventas de la empresa y capacitar a los empleados para su uso.			
<i>Evaluación y Control</i>	Evaluar y controlar las estrategias para minimizar los desfases entre lo efectuado y lo proyectado por la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta.	<p>Evaluar continuamente el desempeño de los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original”</p> <hr/> <p>Medir el desempeño de los indicadores de posicionamiento de la empresa “El Original” y establecer acciones de mejora.</p> <hr/> <p>Evaluar periódicamente los procesos de ventas y el impacto generado por el software implementado.</p>	laptop, impresora, material de oficina Instalaciones de la empresa, Software	Dueño de la empresa y personal de ventas	2 meses

1.4 Costo e Implementación de la Propuesta

El plan estratégico a implementarse para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” de la ciudad de Manta, tiene un presupuesto estimado de:

Tabla 41. Costo e Implementación de la Propuesta

Gastos a considerar	Costo
Profesional en estrategias de posicionamiento que brinde las capacitaciones a los empleados de la empresa para mejorar su desempeño y el posicionamiento de la empresa “El Original”	\$1200.00
Aplicación de las estrategias de posicionamiento de la empresa	\$800.00
Adquisición de un sistema informático para la gestión de las ventas y soporte técnico	\$ 600.00
TOTAL	\$ 2.600.00

Plan de Capacitación

El objetivo del plan de capacitación es lograr tener un personal empoderado en la filosofía de la empresa y que esté enfocado en brindar un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes. Al contar con un especialista en estos temas se busca que se les capacite en:

Filosofía de la empresa. - La filosofía de la empresa resume las creencias sobre el negocio y explica la visión de la organización. También es una hoja de ruta para el gerente y los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original”, la visión establecida en la filosofía puede afectar todos los aspectos de la empresa, desde el servicio al cliente hasta el marketing y el estilo de gestión, siendo estos los temas que se hará hincapié en la capacitación al personal.

Atención eficaz y de calidad. - La calidad de los servicios prestados a los clientes es una preocupación constante de las empresas con el fin de satisfacerlos y atraer más clientes mediante la recopilación de información adecuada del mercado objetivo. El cliente, quiere una atención pronta, oportuna y de calidad; por lo tanto, el personal de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” debe contar con un conjunto de métodos, cuyo fin es crear un ambiente de satisfacción del cliente con el servicio recibido, y dirigido a las personas que prestan el servicio dentro o fuera de la empresa. Este taller ofrecerá a los empleados:

- Analizar la actitud de servicio que debe prevalecer para lograr un servicio de calidad y los beneficios que ofrece.
- Desarrollar una actitud de servicio hacia los clientes, el público y los miembros de la organización.
- Identificar los factores que inciden en la atención profesional de los clientes y cómo afrontar eficazmente las quejas y reclamos.
- Analizar los diferentes tipos de clientes y aplicar diferentes métodos de comunicación para desarrollar sus habilidades de servicio al cliente.

Gestión eficaz del tiempo. - Se realizará un seminario sobre la gestión eficaz del tiempo. En donde se mostrará la importancia del tiempo como elemento indispensable en el trabajo, así como su importancia en la vida privada. En este taller, los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” aprenderán los métodos de planificación y gestión del tiempo para lograr metas organizacionales. Los objetivos a lograr con el taller son:

- Enfatizar la necesidad de un uso racional del tiempo como herramienta para optimizar sus actividades.
- Desarrollar la capacidad de gestionar el tiempo de forma eficaz y eficiente separando lo urgente de lo importante.
- Aprender técnicas para sacar el máximo partido al tiempo personal como herramienta de planificación para una gestión eficaz del tiempo.

Conocimiento de los productos (repuestos fuera de borda). Es importante que los empleados conozcan los detalles técnicos de los productos que la empresa comercializa con el fin de brindar una atención oportuna y de calidad.

Habilidades de venta. - Con este taller los empleados de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda “El Original” reconocerán las responsabilidades comerciales como el servicio al cliente, discutir o diferenciar productos/servicios, persuadir a los clientes, distinguirse en el mercado, cumplir con las cuotas de ventas. Entre los objetivos a alcanzar por los empleados en este taller se tienen:

- Generar contactos efectivos.
- Contar con los conocimientos necesarios para entender el proceso comercial
- Hacer uso efectivo de las herramientas de venta de la empresa.
- Saber cómo manejar conflictos que se puedan presentar con los clientes.
- Cumplir con los objetivos estratégicos de venta planteados.
- Lograr seguridad en las relaciones comerciales.

Conclusiones

Una vez analizado los resultados obtenidos en la presente investigación y considerando sus objetivos se determinan las siguientes conclusiones:

- Se evaluó el nivel del planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" a partir del análisis de las dimensiones formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control. Evidenciando que las dimensiones de la variable independiente Planificación Estratégicas superan la calificación media. Con lo cual se pudo comprobar la hipótesis específica que indica: “La evaluación del nivel de planeamiento estratégico de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones **formulación y planteamiento, implementación y dirección, y evaluación y control** superan el puntaje del promedio requerido”
- Se evaluó la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" a partir del análisis de las dimensiones Identificación, organización, ejecución y control; obteniendo una calificación superior al promedio. Con lo cual se pudo comprobar la hipótesis específica 2 que indica: “La evaluación del nivel de gestión empresarial de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en las dimensiones identificación, organización, ejecución y control superan el puntaje del promedio requerido”.

Recomendaciones

Se recomienda a la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" de la ciudad de Manta que implemente la propuesta presentada en este trabajo de investigación para lograr incremento de las ventas y los beneficios generados. Además, con la implementación del sistema informático lograrán una mejor gestión de las ventas, del inventario y así lograr mejorar los servicios que ofrece.

Con la capacitación a los empleados se proyecta que estos se empoderen de la filosofía de la empresa y que todas las estrategias que se implementen se enfoquen en posicionar a esta empresa como el principal almacén de repuestos fuera de borda para las empresas atuneras del cantón Manta.

Bibliografía

- Aráuz, J. (2018). Planificación estratégica para el mejoramiento de los procesos empresariales en la empresa comercial Del Salto de la ciudad de Machala. [Tesis de pregrado]. Machala, El Oro, Ecuador: UTMACH.
- Armijo, M. (30 de Abril de 2011). *Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Obtenido de CEPAL Web site: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf
- Carpintero, J. (2015). *Gestión empresarial práctica: emprendedores, autónomos y PYMES*. . Madrid: RA-MA Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uleam/106479?page=23>
- Chumo, O. (2013). *La Planificación Estratégica y su incidencia en las ventas de la empresa Vigelectron Cía. Ltda. de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Publicación semestral de la Revista Pensamiento y Gestión*, 152-181.
- del Castillo, C. C., & Olivares Orozco, S. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uleam/39410?page=192>
- García, J., Sonia, D., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios Vol. (Nº52)*, 1-14.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Lucena, Yamileth. (2014). Visión analítica de la planificación prospectiva en las universidades públicas venezolanas. *COLCIENCIAS*, 105-114.
- Luna, A. (2015). *Administración estratégica*. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uleam/39421?page=1>
- Mariscal, Z., Rodríguez, J., & Castro, E. (2020). La planificación estratégica y su impacto en la rentabilidad de las microempresas. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1-15.

- Martínez, S., & Monteza, L. (2018). Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Mercantil Inca S.A., Chiclayo. [Tesis de maestría]. Perú: Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo.
- Mas Machuca, M., & Martínez Costa, C. (2009). Análisis del factor estratégico para alcanzar el éxito de un proyecto de gestión del conocimiento. Aplicación al sector de la consultoría. *Dirección Y Organización*, 52–59.
- Mejía, M. (2021). Propuesta de planificación estratégica para la empresa AhCorp Ecuador Cia. Ltda. [Tesis de pregrado]. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista científica "Visión del Futuro"*, vol. 20, núm. 2, 1-20.
- Ore, H., Olortegui, E., & Ponce, D. (2020). Strategic planning as a management tool in companies: Bibliographic review. *Revista Pakamuros, Volumen 8, Número 4*, 31-44.
- Rajadell, M. (2019). *Creatividad, emprendimiento y mejora continua*. Editorial Reverté.
- Ramírez, J. (2012). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Obtenido de Universidad Veracruzana Web site: <https://www.uv.mx/iesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Restrepo, L. (6 de Diciembre de 2017). *Consejos para implementar un Plan Estratégico*. Obtenido de Corporación Industrial Minuto de Dios Web site: <https://mdc.org.co/consejos-implementar-un-plan-estrategico/>
- Rodríguez, M. (2016). *Planificación estratégica: fundamentos y herramientas de actuación*. Editorial Brujas. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/ulearn/titulos/78217>
- Rubio, P. (s.f). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Sabater, F., & Monserrat, J. (2017). *Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales*. Editorial UOC. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/ulearn/58649?page=1>

- Scott, A. (2013). *Planificación Estratégica*. Edinburgh: Edinburgh Business School.
- Torres, Z. (2015). *Administración estratégica*. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/ulearn/39403?page=1>
- Trenza, A. (21 de febrero de 2018). *Plan estratégico para una empresa, ¿qué es y como se hace?* Obtenido de sitio web de Estrategia y Finanzas: <https://anatreza.com/plan-estrategico-empresa-como-hacer/>
- Valenzuela, C. (2016). *Importancia de la Planificación Estratégica en las empresas*. Bogotá, D.C.: Universidad Militar de Nueva Granada.
- Wong, L. (2019). Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la Selva S.A.C., Tarapoto. [Tesis de maestría]. Chiclayo, Perú: Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo.
- Zanabria, P. (2018). Implementación de un modelo estratégico y su influencia en la gestión comercial de la empresa Repuestos Miguelito S.A.C. - Trujillo 2018. [Tesis de pregrado]. Trujillo, Ecuador: Universidad Privada del Norte.

Anexos.

Anexo 1: Modelo de la encuesta

CUESTIONARIO PARA ENCUESTA TEMA: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FUERA DE BORDA "EL ORIGINAL" EN MANTA

OBJETIVO: Diseñar un plan estratégico para la mejora de la gestión de la empresa comercializadora de repuestos fuera de borda "El Original" en Manta. El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre la forma como se viene llevando el proceso de planificación y gestión empresarial en la institución. Le agradecería leer atentamente y marcar con un (X) la opción correspondiente a la información solicitada, Es totalmente anónimo y su procesamiento es reservado, por lo que le pedimos sinceridad en su respuesta, En beneficio de la mejora en la organización.

Dimensión	Preguntas	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Formulación y Planteamiento	p1 ¿Conoce los resultados del diagnóstico situacional de su empresa?				
	p2 ¿Conoce la visión de la empresa?				
	p3 ¿Conoce cuáles son valores que promueve la institución?				
Implementación y Dirección	p4 ¿Conoce cuáles son las metas mensuales, anuales que deben ser alcanzadas en la empresa?				
	p7 ¿Conoce los planes que están previstos en su área?				
	p8 ¿Conoce qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?				
	p11 ¿Cree que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa?				
	p26 ¿Conoce la estructura de un plan estratégico?				
	p27 ¿Conoce el análisis PEST?				
	p28 ¿Conoce qué es una matriz FODA?				
Evaluación y Control	p5 ¿Conoce los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa?				

	p6	¿Conoce alguna herramienta de control que permita el cumplimiento de los objetivos de la empresa?				
	p9	¿Conoce qué indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?				
	p10	¿Cree que el plan vigente en la Empresa es óptimo?				
	p12	¿Cree que el planeamiento estratégico ayudara a mejorar la gestión de la empresa?				
	p13	¿Cree que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones?				
	p30	¿Conoce si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados?]				
	p33	¿Cree usted que la empresa evalúa la ejecución del plan?				
Identificación	p19	¿Conoce si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias?				
	p20	¿Conoce si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción?				
Organización	p16	¿Conoce si la empresa cuenta con un organigrama?				
	p17	¿Conoce si todo el personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades?				
	p18	¿Conoce si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información?				
	p22	¿Conoce Ud. si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño?				
	p29	¿Conoce las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada?				
	p31	¿Usted ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa?				
	p32	¿Usted ha participado en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa?				
Ejecución	p23	¿Conoce Ud. Si la toma de decisiones es ágil y oportuna?				
	p24	¿Conoce Ud. si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo?				
	p25	¿Conoce Ud. si la gerencia utiliza un estilo participativo?				

Control	p14	¿Conoce si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa?				
	p15	¿Conoce sobre los indicadores de gestión empresarial?				
	p21	¿Conoce si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.?				

Anexo # 2 Fachada Del Almacén



Anexo 3: *Repuestos fuera de borda*



Anexo #4: *Con el personal encargado de Ventas*



Anexo #5 Exhibición de los Repuestos fuera de Borda



Anexo #6 Ingreso a la Empresa

