



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS
NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA
JÁCOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

AUTOR:

Jennifer Andrea Lino Panimboza

LA LIBERTAD – ECUADOR

DICIEMBRE - 2022

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JÁCOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022”**, elaborado por el/la Sr. /Srta. **Jennifer Andrea Lino Panimboza**, egresado(a) de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JÁCOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022.**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Jennifer Andrea Lino Panimboza** con cédula de identidad número **2450516428** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jennifer Lino Panimboza', is written over a faint, light-colored rectangular stamp or watermark.

Lino Panimboza Jennifer Andrea

C.C. No.: 2450516428

Agradecimientos

Primero a Dios ya que él me dio las fuerzas para seguir adelante a pesar de las circunstancias que se vive en el día a día, gracias a él es que estoy donde estoy ahora, pisando firme y si caigo él es el que me levanta, mi sustento y a pesar de mis errores nunca me ha dejado sola, es por eso que estoy sumamente agradecida primeramente con él, ya que en si es el pilar de toda mi familia.

También a la universidad me dio la bienvenida al mundo como tal, las oportunidades que me ha brindado son incomparables, y antes de todo esto ni pensaba que fuera posible que algún día si quiera me topara con una de ellas.

Agradezco mucho por la ayuda de mi tutor, por tomarse un poco de su tiempo para ayudarme a elaborar y corregir mí trabajo y a la universidad en general por todo lo anterior en conjunto con todos los copiosos conocimientos que me ha otorgado.

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

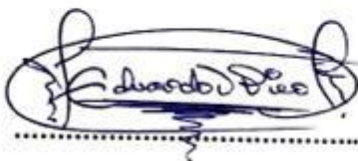
Gracias también a mis queridas amigas y compañeras, que me apoyaron y me permitieron entrar en su vida durante estos últimos años de convivir dentro del salón de clases.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá U., MBA.
DIRECTOR DE LA CARRERA



Dr. Arturo Benavides, PhD.
PROFESOR ESPECIALISTA



Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

PROFESOR TUTOR



Ing. Sabina Villón, MSc.

PROFESOR GUÍA DE LA UIC



Lic. Sandra Saltos Burgos

SECRETARIA

Índice	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I.....	24
MARCO REFERENCIAL	24
REVISIÓN DE LITERATURA.....	24
DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS	28
<i>Gestión Administrativa.....</i>	<i>28</i>
PLANEACIÓN	29
<i>Objetivos.</i>	<i>29</i>
<i>Políticas.</i>	<i>30</i>
<i>Estrategias.</i>	<i>30</i>
ORGANIZACIÓN	30
<i>Organización formal.....</i>	<i>31</i>
<i>Estructura organizacional.....</i>	<i>31</i>
<i>Manual de procedimientos.</i>	<i>31</i>
DIRECCIÓN	32
<i>Liderazgo.</i>	<i>32</i>
<i>Comunicación.</i>	<i>32</i>
<i>Motivación.</i>	<i>33</i>
CONTROL	33
<i>Actividades de control.....</i>	<i>33</i>
<i>Retroalimentación.....</i>	<i>34</i>
<i>Sistema de auditoria.....</i>	<i>34</i>
<i>Innovación.....</i>	<i>34</i>
INNOVACIÓN DE PRODUCTOS/SERVICIOS.....	35
<i>Incorporación de nuevos productos al mercado.</i>	<i>35</i>
<i>Servicios adicionales.....</i>	<i>36</i>

INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL.....	36
<i>Modelos de negocios.</i>	37
<i>Sistemas organizacionales.</i>	37
FUNDAMENTOS LEGALES.....	38
CAPÍTULO II.....	41
METODOLOGÍA.....	41
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	41
MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	42
POBLACIÓN Y MUESTRA.	42
RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.....	44
CAPÍTULO III.....	45
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	45
<i>Análisis de datos de la Entrevista</i>	45
<i>Análisis de datos de la Encuesta a los comerciantes</i>	48
DISCUSIÓN	65
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	70
APÉNDICE.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población	43
Tabla 2 Muestra	43
Tabla 3 GÉNERO	48
Tabla 4 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	49
Tabla 5 POLÍTICAS	50
Tabla 6 REQUERIMIENTO	51
Tabla 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	52
Tabla 8 ESTILO DE LIDERAZGO	53
Tabla 9 TOMA DE DECISIONES	54
Tabla 10 REDES SOCIALES	55
Tabla 11 TRABAJO EN EQUIPO	56
Tabla 12 TIPOS DE CONTROLES	57
Tabla 13 RETROALIMENTACIÓN	58
Tabla 14 SISTEMA DE AUDITORIA	59
Tabla 15 NUEVOS PRODUCTOS	60
Tabla 16 MEDIOS PUBLICITARIOS	61
Tabla 17 SERVICIOS	62
Tabla 18 MODELOS DE NEGOCIO	63
Tabla 19 CAPACITACIONES	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	48
Figura 2	49
Figura 3	50
Figura 4	51
Figura 5	52
Figura 6	53
Figura 7	54
Figura 8	55
Figura 9	56
Figura 10	57
Figura 11	58
Figura 12	59
Figura 13	60
Figura 14	61
Figura 15	62
Figura 16	63
Figura 17	64

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1 Matriz de consistencia.....	77
Apéndice 2 Cronograma de actividades	79
Apéndice 3 Formato de entrevista.....	81
Apéndice 4 Cuestionario	83
Apéndice 5 Aprobación del tema	87
Apéndice 6 Solicitud carta aval.....	88
Apéndice 7 Aprobación carta aval	89
Apéndice 8 Solicitud validación de instrumentos.....	90
Apéndice 9 Validación de instrumentos	91
Apéndice 10 Evidencia de tutorías	92
Apéndice 11 Entrevista al Administrador	93
Apéndice 12 Encuesta a los Comerciantes	94
Apéndice 13 Certificado de Gramatólogo	95



**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS NEGOCIOS
DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JÁCOME, CANTÓN LA
LIBERTAD, AÑO 2022.**

AUTORA:

Lino Panimboza Jennifer Andrea

TUTOR:

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc

Resumen

Hoy en día la administración en la empresa es considerada la tarea primordial que se lleva a cabo realizando diversas actividades encaminadas a coordinar todos los recursos disponibles para lograr los objetivos trazados. En la presente investigación titulada “Gestión administrativa y la Innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón la libertad, año 2022”, tiene como objetivo analizar como contribuye la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad. Para ello se utiliza un método basado en la investigación descriptiva, el uso de lo que son los enfoques cuantitativos y cualitativos, discusiones entre método inductivo y analítico, para la recolección de información, el uso de las técnicas de recolección de datos como entrevistas y encuestas. Incluyen pautas para entrevistar al administrador del centro comercial Jorge Cepeda Jácome y un cuestionario que va dirigido a los comerciantes de la misma. Como resultado se evidencia que el uso correcto de los recursos que les brinda la municipalidad permite a la empresa obtener herramientas, procesos y actividades adecuadas para fortalecer y mejorar o innovar los negocios, los procesos administrativos y las estrategias son los elementos básicos del desarrollo de la empresa, que contribuyen a la toma de decisiones.

Palabras claves: Gestión administrativa, innovación, estrategias, diagnóstico, herramientas.



ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND INNOVATION OF THE BUSINESSES OF THE JORGE CEPEDA JÁCOME SHOPPING CENTER, LA LIBERTAD CANTON, YEAR 2022.

AUTHOR:

Lino Panimboza Jennifer Andrea

TUTOR:

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

Abstract

Today the administration in the company is considered the primary task that is carried out by carrying out various activities aimed at coordinating all available resources to achieve the objectives set. In the present investigation entitled "Administrative management and business innovation of the Jorge Cepeda Jácome shopping center, La Libertad canton, year 2022", the objective is to analyze how administrative management contributes to the innovation of the business of the Jorge Cepeda Jácome shopping center. in the canton La Libertad. For this, a method based on descriptive research is used, the use of what are the quantitative and qualitative approaches, discussions between the inductive and analytical method, for the collection of information, the use of data collection techniques such as interviews and surveys. . They include guidelines for interviewing the manager of the Jorge Cepeda Jácome shopping center and a questionnaire that is addressed to its merchants. As a result, it is evident that the correct use of the resources provided by the municipality allows the company to obtain adequate tools, processes and activities to strengthen and improve or innovate businesses, administrative processes and strategies are the basic elements of the development of the company, which contribute to decision making.

Keywords: Administrative management, innovation, strategies, diagnosis, tools.

Introducción

La empresa como en la mayoría de los países del mundo es una entidad económica en la que se materializa una iniciativa de manera planificada, donde se satisfacen las demandas y deseos de sus consumidores por medio de una actividad comercial específica, en la que se ponen de manifiesto el motivo de existir, la tarea, la organización estratégica, las metas específicas, y las actividades en correspondencia con un entorno socio-económico y político definido.

La cultura empresarial es un rasgo distintivo de una empresa que se manifiesta en su comportamiento frente a los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de procedimientos externos e internos. Las empresas a nivel mundial también se caracterizan por el hecho de que, dependiendo de su tipo, ya sean grandes, medianas o pequeñas, públicas o privadas, en cuanto a bienes o servicios, tienen ciertas limitaciones comerciales y financieras en ciertos aspectos, se diferencian entre sí. En cuanto al dinamismo, para todos los modelos de gestión, sin embargo, deben existir mecanismos innovadores que les permitan posicionarse en la mentalidad del cliente.

Es un hecho universal que la administración de las empresas se vuelve cada vez más compleja debido a la dinámica de su entorno operativo provocada por factores como el progreso tecnológico, las necesidades sociales y el comportamiento económico; por lo tanto, es muy importante mejorar la administración de los negocios de las empresas. Los empresarios contribuyen en mayor o menor medida al desarrollo de la sociedad, porque su actividad económica permite la creación de riqueza, prosperidad, empleo y fuentes de ingresos económicos, especialmente para las ciudades y países, con la ayuda de los impuestos.

En América Latina existen obstáculos para el desarrollo de los negocios de una empresa, principalmente en siete áreas importantes: financiamiento, recursos humanos, tecnología e información, comercio exterior, estructura regulatoria y competencia, organización y cooperación empresarial. Es por ello que la gestión administrativa de las empresas a nivel global juega un papel muy importante en el logro de metas y objetivos; sobre todo, el correcto diseño del modelo de gestión es que puede diagnosticar, evaluar y mejorar la eficiencia y productividad de los recursos ya sea materiales, humanos y/o financieros.

Esta realidad no es nueva para el Ecuador, cuya constitución política (2008); establece que el estado tiene encomendada la consecución del bienestar de la comunidad; por tanto, la sociedad a través de sus organizaciones debe planificar, organizar, ejecutar y controlar los programas y proyectos a cumplir las necesidades más urgentes de la sociedad.

La buena administración se construye sobre un esfuerzo constante y concertado para hacer el mejor uso posible de los recursos, que siempre son limitados, para que las decisiones correctas tengan un impacto positivo en la organización y viceversa.

Por otro lado, es importante señalar que el carecimiento de innovación limita las posibilidades de expansión de las redes de PYMES no solo a nivel local y, por ende, menores tasas de crecimiento económico en los países. Sin embargo, la importancia cuantitativa de las PYMES en América Latina no se limita al tamaño de su participación relativa en el total de empresas existentes, sino al hecho de que las mismas generan una gran parte del empleo, aunque su participación en el PIB es baja, pero reduce su participación relativa.

Por lo tanto la administración en el Ecuador juega un papel muy fundamental en la consecución de fines y objetivos; más que nada, el diseño de un modelo administrativo adecuado puede ser en forma de diagnóstico, evaluación y optimización de la eficiencia y productividad de los recursos materiales, humanos y financieros; de ahí que este tema de indagación sea de creciente interés desde el punto de vista socioeconómico en La Libertad.

La administración como elemento básico de la gobernanza ha sustentado el desarrollo comercial, económico, social y tecnológico del planeta durante siglos. En el caso de Ecuador, la carencia de gestión puede estar relacionada con una crisis de identidad en las pequeñas y medianas empresas, que coexiste con las dificultades de dirigir y administrar una empresa o emprendimiento y la limitada tecnología y equipamiento para la elaboración de productos, no olvidándose de la cantidad de trabajadores capacitados, escaso acceso a financiamiento, equipo inadecuado, capacidad exportadora limitada, por desconocimiento de procedimientos específicos relacionados con los estándares de calidad exigidos por otros países, todo esto es muy importante para esta gestión.

En la actualidad, el centro comercial Jorge Cepeda Jácome, en el cantón La Libertad presta particular atención a la estructura económica y ayuda al desarrollo de la sociedad, no obstante, se revelan restricciones como la carencia de apoyo para su fortalecimiento en el entorno lo que contribuye muy poco a la innovación, desarrollo e incremento constante.

En el cantón La Libertad, como en la mayor parte de las ciudades de Ecuador se evidencia auge en el aumento económico y físico, además es notorio el surgimiento acelerado de los negocios que producen o generan la proliferación del negocio informal como resultado de las pocas fuentes de trabajo formal, hechos que inciden en las gigantes empresas al no lograr satisfacer la demanda gremial.

La administración tiene el mayor impacto en este estudio porque es la capacidad de utilizar los recursos disponibles para lograr los objetivos de la empresa. Los principios de una gestión empresarial eficaz son: planificar, organizar, dirigir y controlar. Sus resultados pueden brindar la oportunidad de lograr mejores resultados y, sobre todo, optimizar los recursos para asegurar la calidad a los destinatarios del producto o servicio en cuestión.

Desde este punto de vista, es importante darse cuenta de que la gestión administrativa es la parte de la administración que se encarga de la distribución y organización de los recursos, especialmente los recursos humanos, que es el enfoque de este estudio basándose a la localidad del cantón La Libertad.

El tema en general trata sobre la gestión administrativa es fundamental ya que tiene un carácter sistémico, al ser portadora de ocupaciones coherentemente orientadas al logro de las metas por medio del cumplimiento de las funcionalidades clásicas de la gestión en el proceso administrativo: planificar, ordenar, guiar y controlar.

En dicha administración, la innovación empresarial tiene un papel preponderante puesto que se estima una optimización en el modelo de comercio empresarial, no obstante, resulta novedoso hacer cambios organizacionales, creaciones productivas o tecnológicas en la iniciativa de un comercio al mercado con la intención de ser más eficiente y conseguir un mejor posicionamiento, o generar un mercado plenamente nuevo donde no existan los competidores.

En el **Planteamiento del problema** los fundamentos teóricos revelados sobre el área comercial de las empresas permiten identificar restricciones o limitaciones en la gestión administrativa a nivel global, por lo tanto, hoy en día se convive en un mundo más globalizado y competitivo, por lo que es muy necesario del fortalecimiento de una gestión administrativa eficiente en todas las empresas comerciales, pues al existir una inadecuada gestión administrativa dentro de la empresa, las ventas se reducirían considerablemente, afectando directamente a su rentabilidad.

En el mundo globalizado, las organizaciones deben acelerar el cambio para cumplir con las expectativas de los clientes; por lo tanto, el cambio tecnológico requiere de nuevas estrategias administrativas para lograr las metas planeadas. Las empresas de alto rendimiento compiten entre sí para lograr sus objetivos, y un factor clave son los procesos de gestión que les ayudan a lograr una ventaja competitiva sobre sus competidores.

Oleg, R. (2020) Menciona que, en Rusia, la alta dirección ha desarrollado recientemente estrategias más generales para penetrar la gestión administrativa y mejorar así la eficiencia administrativa. La estrategia propuesta establece objetivos a largo plazo para diferentes enfoques con actividades equilibradas y alcanzables.

En el mundo globalizado de hoy, las empresas necesitan la innovación para así poder sobrevivir, y en donde la gestión administrativa sea esencial para mantenerse en el mercado. La administración como elemento básico de la gestión ha sustentado el desarrollo comercial, económico, social y tecnológico del planeta durante siglos y especialmente décadas.

En América Latina, el desarrollo empresarial presenta dificultades y obstáculos para la operación y expansión empresarial que están relacionados con el entorno macroeconómico y regulatorio del país en el que se ubica. Esto fue seguido por impuestos y regulaciones excesivos, que uno de cada seis empresarios citó como el principal obstáculo.

Después de eso, los empresarios enfatizaron los problemas de inestabilidad política en su país con un poco menos de frecuencia, y realmente con menos inflación y tasa de cambio.

En el Ecuador la problemática se focaliza en que las empresas buscan reducir costos, optimizar los precios de los productos a través de nuevas prácticas de gestión y lograr ganancias de eficiencia a través de procesos estandarizados. La sistematización de procesos es un desafío para las empresas públicas que enfrentan dificultades en el futuro e involucra a toda la organización.

Por otra parte, en lo nacional, el concepto de gestión administrativa ha evolucionado a tal punto que el progreso humano se logra en la implementación de nuevas tecnologías y la introducción de relaciones para mejorar nuevos productos y servicios, satisfacer y desarrollar mercados.

Por su parte, Velázquez (2016) Señaló que la administración debe tomar decisiones de acuerdo a la organización ecuatoriana de una manera determinada para poder mantener una competencia constante en el mercado, por lo que se espera que la organización optimice todos los aspectos como la capacitación y calificación de los colaboradores para poder llevar a cabo sus funciones efectivamente, para tomar la decisión correcta, utilizando indicadores financieros. Porque permitirá a la organización sobresalir en todos los campos y en todos los recursos, con capacidad y solvencia para crecer tanto externa como internamente.

En el Ecuador, el mundo de los negocios está relacionado en el mercado, el medio ambiente y la sociedad, pensando que es la base de cualquier negocio y si se maneja bien el negocio crece y viceversa, si no se maneja bien el negocio o si tiene una mala gestión pues la empresa o el negocio decaerá.

En Ecuador, las PYMES forman parte del grupo más grande e importante en la estructura empresarial del país, generando empleos y dinamizando la economía. Uno de los mayores problemas que llevó incluso a la quiebra de la empresa fue la carencia de liquidez para cubrir los gastos administrativos y operativos.

Según Sumba y Santistevan (2018) En la provincia de Manabí, las empresas enfrentan problemas relacionados con la organización interna de sus instituciones, lo que afecta la correcta toma de decisiones por parte de sus directivos en cuanto a la información auténtica y confiable a procesar, lo que sin duda reduce la rentabilidad y las oportunidades de crecimiento continuo a mayor nivel.

En el cantón La Libertad, en lo referente con políticas públicas en el marco legislativo y reglamentario que abarquen el registro de las empresas, la concesión de licencias, el sistema tributario, el trabajo, la entrada al crédito y otras maneras de financiación, el cumplimiento de los contratos, la defensa de los derechos de propiedad, así como las posiciones para casos de quiebra a partir de una visión creativa para conseguir el desarrollo socio-económico sustentable, puntos dichos que resultan de interés para fomentar la gestión administrativa así como la innovación y lleguen a transformarse en generadoras de un sistema empresarial.

Uno de los problemas que se evidencia al momento de tratarse de la innovación en el centro comercial Jorge Cepeda, es sobre la distribución de los puestos de los comerciantes ya que al momento de laborar es un desorden total, por otro lado, la empresa Jácome tiene debilidades y falencias en la administración, esta situación ha generado muchos problemas en la organización, por la limitación de toma de decisiones y gestión, los grupos de trabajo no están organizados de acuerdo a la visión, misión, valores y metas, no tienen una buena jerarquía, pues en la comunicación entre comerciantes y clientes, al momento de adquirir bienes, existen inconvenientes, estas herramientas no tienen la importancia que merecen, de hecho, para los asociados en la realización de sus actividades diarias, si no se gestionan bien las medidas a corto, medio y largo plazo, se perderán todos sus esfuerzos.

Para poder hacer lo previamente referido, resulta primordial que los comerciantes muestren una reacción sinérgica en la que se generen nuevos mecanismos, no solo para la gestión administrativa de los negocios, sino que a la vez sean innovadoras de modelos empresariales, que sean viables para cumplir sus funcionalidades sobre la base de los estándares de calidad, con responsabilidad social en el servicio, ser competitivos y que propicien el fortalecimiento de las relaciones entre el inter-emprendimiento y las necesidades de la sociedad.

En este sentido, la innovación en la empresa debería tener en importancia las habilidades y competencias de los recursos humanos, la facilidad para desarrollar o mejorar nuevos productos y servicios, el desenvolvimiento apropiado frente al aumento y los cambios de mercado, así como la habituación a los nuevos comportamientos tecnológicos que pide la sociedad para que su gestión administrativa sea más posible en el entorno empresarial ecuatoriano.

Sobre la base del planteamiento del problema descrita en la página anterior sobre el cantón La Libertad, se realizó la **Formulación del problema** en una interrogante el cual es: ¿Cómo contribuye la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, en el cantón La Libertad? en el cual se busca una respuesta durante el desarrollo de la investigación.

En la **Sistematización del problema** se elaboró preguntas específicas desagregando así la pregunta general del problema a investigar, las cuales son:

- ✚ ¿Cuál es la situación actual de los negocios en cuanto la administración en el centro comercial Jorge Cepeda Jácome?
- ✚ ¿Cuáles son las estrategias de innovación para los negocios el centro comercial Jorge Cepeda Jácome propuesto por sus integrantes?
- ✚ ¿Cuál es el aporte de la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome?

El **Objetivo general** del presente trabajo de investigación y sobre todo a desarrollar, es: Analizar como contribuye la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, en el cantón La Libertad.

Por otro lado, los **Objetivos Específicos** se elaboraron ya que se quiere obtener resultados relevantes de la investigación, los cuales se identificaron como:

- ✚ Diagnosticar la gestión administrativa y de innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad. con
- ✚ Identificar las estrategias de innovación para los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome.
- ✚ Determinar el aporte de la gestión administrativa en la innovación de los negocios de centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad.

Dentro de la **justificación teórica**, el tema de este estudio es de interés por parte del investigador, ya que a través del mismo se podrá indagar sobre el tema, adquirir nuevos conocimientos, con la intención de ofrecer posibles soluciones a los problemas que experimentan las empresas, fortaleciendo así sus relaciones comerciales. Es fundamental ya que en la actualidad en el país existes un incremento de empresas comerciales por lo que ofrecen variedades de productos, por lo cual se necesita saber administrar una empresa o negocio de manera eficiente para que permita plantearse perspectivas para las ventas correctas.

Este estudio trata sobre la gestión administrativa en la región de América Latina, en el contexto de Ecuador y especialmente en el cantón La Libertad, evidencias vicios y tendencias que son causados por la rutina, la monotonía, y la inactividad, entre otros; de allí, la conveniencia y pertinencia de enriquecer teóricamente los fundamentos que sustentan el perfeccionamiento de la gestión para la innovación en las empresas en el contexto ecuatoriano.

Según Mora Aristega, J.E, et al, (2018) establece que la administración es el proceso más importante en las operaciones de producción de una empresa y también hace que las cosas sucedan correctamente para lograr los objetivos comerciales.

Con base en esto, se justifica de manera teórica que la generación de nuevo conocimiento brinde una oportunidad como fuente para otras investigaciones, ya que la gestión permitirá a la empresa alcanzar mayores indicadores en el desarrollo empresarial para fortalecer los procesos internos y externos de la organización, se utilizó una selección de información bibliográfica como: proyectos de tesis, artículos científicos, sitios web y libros para abordar las variables de la problemática.

El desarrollo científico-tecnológico de la sociedad contemporánea ha propiciado disponer de nuevos paradigmas, tendencias, y conceptos que contribuyen al desarrollo eficiente, eficaz, oportuno, y transparente de la gestión administrativa empresarial; en este sentido, desde el punto de vista teórico la investigación contribuirá a modernizar la gestión administrativa por medio del diseño de gestión integral, novedoso y contextualizado, dirigido a la innovación en el centro comercial Jorge Cepeda Jácome, del cantón La Libertad, con la óptima aplicación de la gestión administrativa desde una perspectiva teórico-procedimental y humanista que contribuya a la responsabilidad social de dicha institución.

La **justificación práctica** de este estudio se basa en que al asegurarse que la aplicación de una adecuada gestión administrativa en una empresa puede garantizar el incremento de sus beneficios organizacionales, laborales y personales, que orienten e impulsen el crecimiento y el éxito de la organización.

Por otra parte, desde un punto de vista práctico en la justificación, la innovación empresarial como clave del éxito en el proceso administrativo es la mejora de los negocios de la empresa al tiempo que permite introducir cambios organizativos, productivos o tecnológicos, para mejorar la eficiencia y lograr un mejor posicionamiento.

El estudio brindará un diagnóstico del estado actual de la gestión administrativa y la innovación de los negocios del Jácome, lo que será una herramienta útil para que el administrador pueda mejorar sus prácticas empresariales.

Con base en esto, es prácticamente plausible que la generación de nuevo conocimiento brinde una oportunidad como fuente para otras investigaciones, ya que la gestión permitirá a la empresa alcanzar mayores indicadores en el desarrollo empresarial para fortalecer los procesos internos y externos de la organización.

La presente indagación sobre la administración e innovación permiten que la organización diera a conocer algunas mediciones en donde se está presenciando algunas dificultades, como que los líderes del mercado municipal, no utilizan la voz de los mercadólogos como un elemento importante en la toma de decisiones.

Las empresas necesitan brindar capacitación continua a sus empleados para que puedan brindar un servicio de calidad y, lo más importante, generar confianza. Por otra parte, la organización debe plantear una estrategia de desarrollo sostenible que tenga en cuenta que la percepción del servicio por parte del cliente es buena, pero el trabajo debe seguir mejorando.

Como resultado del estudio, se estima que el proceso de innovación mejorará o se lograra realizar significativamente, ya que los recursos que pueda brindar la municipalidad se utilizarán de manera eficiente y correcta por parte del administrador como de los comerciantes. Llevando consigo al desarrollo y prestigio del centro comercial Jácome.

Esta **Idea a defender** es la proposición de lo que se quiere alcanzar en la investigación, para esto se tomó dicha idea que es: la gestión administrativa contribuirá en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en la Libertad.

El **mapeo** del presente trabajo está compuesto por III capítulos, el cual permitirá resolver el problema y proponer la solución adecuada relacionada con la administración que promoverá la innovación en el centro comercial Jorge Cepeda Jácome.

La Introducción abarca todo sobre la gestión administrativa y la innovación de los negocios de las empresas ya sean globales, nacionales y por último de la localidad, por otra parte, se detalla la problemática de la investigación luego se formula el problema de la misma, por consiguiente, se establecen los objetivos generales y específicos; una vez desarrollado la parte teórica de la introducción se procede con los tres capítulos, los cuales se detallan brevemente a continuación:

En el Capítulo I, se presenta como primer punto la Revisión literaria, así como los antecedentes de estudios de distintos autores correspondientes al tema investigado, señalando las bases teóricas más importantes sobre lo que son dichas variables como es la gestión administrativa y la innovación en las empresas ya sea nacional e internacional y por último se menciona todos los fundamentos legales según el tema.

El Capítulo II, orienta las estrategias metodológicas que se empleara en el estudio, en esta parte se abarcara todo lo referido al diseño y lo que son los métodos de investigación, por consiguiente, lo que es la población y muestra, el procesamiento de la información que da a conocer las técnicas e instrumentos que se utilizaron, los cuales fueron las encuestas, con el objeto de determinar las variables con sus indicadores.

Y por último el Capítulo III, contiene el respectivo análisis de los resultados y la discusión que sugiere una propuesta la cual ayudara para el mejoramiento de algunos aspectos del problema de investigación. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones que la presente investigación busco contribuir al estudio de las variables de gran importancia dentro del contexto empresarial.

Capítulo I.

Marco Referencial

Revisión de literatura

Díaz (2015) en el artículo científico "Gestión administrativa: la confianza en el lugar de trabajo" el cual tiene por objetivo: Analizar estos fenómenos administrativos, ya que cada uno es un mundo de confianza; y la confianza es una cualidad humana esencial; y lugares de trabajo y organizaciones en general donde se encuentran las personas; hay que gestionarlos adecuadamente, con políticas que permitan generarla de no existir, mantenerla de existir, y tratar siempre de mejorarla.

Por otro lado mencionó que la confianza es muy importante en la gestión de una organización y para ganarla, se necesita crear estrategias de gestión cuantificables y alcanzables para lograr los mejores resultados.

El modelo SERVQUAL describe que la credibilidad es un factor importante porque los empleados demuestran su compromiso y profesionalismo con los clientes a través de conexiones cara a cara. Los sistemas sociales requieren credibilidad como una medida de compromiso que incluya a todas las instituciones coordinadoras de una manera que ayude a alcanzar los objetivos y, lo que es más importante, a trabajar en equipo por el bien común.

El autor considera que la confianza es una regla que no ha perdido su poder, su aplicación debe trasladarse a diferentes áreas, todos deben ponerla en práctica en su vida cotidiana, debe fortalecerse en las interacciones diarias entre los diferentes empleados de la empresa.

La confianza siempre presupone una evaluación del futuro, y es por eso que moldea tan poderosamente nuestro comportamiento. La confianza, por un lado, y la desconfianza, por otro, nos llevan a diferentes tipos de acciones. La primera nos conduce a una acción transformadora capaz de crear un nuevo futuro; el otro nos lleva a la acción encaminada a la protección

Por lo tanto, aprovechar los beneficios del comportamiento confiable ayuda a aumentar la cooperación entre las personas, construye una base de solidaridad, trabajo duro y, lo que es más importante, ayuda a hacer realidad la visión de la organización. Asimismo, una institución u organización con alta confianza construye la unidad de sus empleados, el trabajo arduo, la conexión con las metas y objetivos propios de la empresa, y brinda a la organización importantes ventajas competitivas.

Peña, et al, (2022) en el artículo científico “Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio” indica que los clientes buscan el mejor servicio en estos momentos, por lo que el pasado 24 de mayo, el 15 de febrero, el estado realizó una encuesta para informar sobre los beneficios de brindar un buen servicio a los usuarios, lo que redundará en beneficio de la institución. El estudio brinda la oportunidad de explorar los determinantes que pueden ayudar a las asociaciones a encontrar alternativas beneficiosas para mejorar significativamente sus operaciones.

Para la recolección de la información se utilizan los siguientes métodos: en primer lugar, se redacta el manual de trabajo de acuerdo a las variables de estudio, se seleccionan y fijan los contenidos de las fuentes bibliográficas que necesitan el apoyo de la ley de bibliografía, que pueden ser consultados y estudiados. Reúna información de fuentes como artículos académicos, informes estadísticos y libros digitales para proporcionar una base teórica para el documento.

Para el desarrollo del trabajo es útil el uso de estudios bibliográficos y descriptivos para analizar la información escrita sobre el tema investigado, así como métodos cualitativos basados en la recolección y análisis de datos de fuentes primarias de información, en casos especiales para empresas estatales. De las fuentes secundarias se destacan artículos, tesis, informes técnicos, folletos seleccionados de acuerdo a su relevancia para el tema de investigación. Una de las técnicas utilizadas para la obtención de datos en bruto fue la aplicación de un método de encuesta a los gerentes de cooperativas de taxis y sus usuarios el 15 de febrero.

Entre los principales resultados se destaca que el establecimiento de fundaciones estables promoverá la consolidación de la cooperativa administrativamente, por otro lado, se destacan las opiniones de los usuarios que enfatizan la necesidad de popularizarla a través de las redes sociales o plataformas de comunicación que da acceso a los servicios prestados por la Compañía.

Se concluyó que, para una buena gestión empresarial, es importante utilizar herramientas que ayuden a agilizar su flujo de trabajo. La administración es el objetivo principal de la asociación para el logro de las metas trazadas, lo que, al implementar la estrategia, permite ejecutar adecuadamente y materializar el potencial del servicio y, de la misma forma, contribuye a la mejora de la calidad del mismo.

Toda empresa debe considerar el uso de herramientas de gestión para hacer frente a la competencia, así como el uso de tecnologías de la información para la innovación del servicio y el aseguramiento de la calidad del servicio.

En la tesis elaborado por Avilés (2020), titulada “Análisis de la innovación empresarial en las mipymes exportadoras de frutas no tradicionales de la provincia del Guayas de Ecuador” tiene por objetivo: Presentar un plan estratégico para ayudar a los empresarios Mipymes exportadores de frutas no tradicionales del Guayas a aumentar el nivel de innovación en sus negocios existentes.

La metodología utilizada en la investigación es de tipo descriptiva ya que comprende el estudio del método o métodos utilizados en el estudio, el proceso del mismo, los métodos de investigación documental, los métodos de investigación de campo, la redacción de informes científicos, el análisis y procesamiento estadístico de la información obtenida, así como el estudio de temas según la complejidad del proceso de estudio. Para este estudio se citaron varios autores que han hecho aportes significativos al tema de la innovación empresarial, cuyos trabajos aún son considerados como ejemplos del actual proceso de innovación empresarial, así como autores relacionados con la industria exportadora de frutas no tradicionales.

Además, dichos autores argumentan que un paradigma de investigación cualitativa puede ser considerado un conjunto de prácticas o técnicas explicativas que nos permiten mirar el mundo, visibilizarlo, transformarlo en imágenes observables como anotaciones, registros y documentos, cuyas dos principales características son naturalistas e interpretativas.

Es por esto que, si bien se utilizó un enfoque cualitativo, también se utilizó en menor medida un enfoque cuantitativo, utilizando los enfoques de investigación descriptiva, de síntesis analítica, inductivo-deductivo y lógico-histórico.

Los resultados presentan los datos recopilados durante las encuestas y entrevistas muestran que las exportaciones de frutas no tradicionales en las Mipymes tienen un bajo nivel de innovación empresarial, ya que los empresarios generalmente no consideran la innovación como una prioridad.

Por lo tanto, se concluyó que el bajo nivel de innovación empresarial entre las PYMES exportadoras de frutas no tradicionales en la Provincia del Guayas, Ecuador, se debe a la carencia de cultura innovadora y a una combinación de factores, aunque el más importante es la percepción de los empresarios que tienen poco interés.

Lazo & Macas (2018), en su tesis “Propuesta de mejoras en gestión administrativa en la empresa Modernmueble S.A, ciudad de Guayaquil”, Ecuador. Tiene por objetivo mejorar la gestión administrativa para elaborar e implementar manuales funcionales de procedimientos administrativos.

Actualmente la empresa tiene problemas con la estructura organizacional, la cual no contribuye a la correcta distribución del personal, por lo que se desarrollarán propuestas de mejora de la gestión administrativa con el fin de implantar un manual funcional y de procedimientos para la simplificación de los procesos administrativos.

La metodología del presente trabajo utilizará investigación no experimental debido a que las variables predictoras no pueden ser controladas, manipuladas o modificadas por los sujetos sino sacar conclusiones basadas en la interpretación, observación o interacción. Los estudios no experimentales suelen tener un alto nivel de validez externa, lo que significa que pueden realizarse en una población más grande. A través de una investigación explicativa y descriptiva utilizando métodos mixtos, los métodos utilizados son entrevistas, encuestas y guías de entrevista y cuestionarios como herramientas, con una selección de 153 personas, lograda.

Con el fin de comprender los problemas internos de la empresa relacionados con la investigación cualitativa, se realizará una encuesta a los clientes potenciales para conocer su percepción de la empresa, el propósito de la propuesta es desarrollar e implementar un manual funcional y de procedimientos para simplificar los trámites administrativos.

Una de los resultados de Modernmueble Cía.Ltda. Es que no existe una buena estructura organizativa y no es la ideal, lo que se refleja en la ambigüedad de la división funcional. Las funciones de cada departamento no están claramente definidas y con un concepto claro, lo que obliga a los empleados a realizar tareas que no les corresponden.

Se concluyó que, en cuanto a los clientes, la empresa no logró llamar su atención, los socios no sabían por qué existía la empresa, sus ambiciones y lo que esperaban lograr, y la ausencia de una manual funcional muestra que la empresa no estaba bien organizada. A través del manual, los empleados conocerán la empresa, su estructura, procedimientos, políticas y procedimientos, políticas a seguir para reducir los errores operativos y evitar problemas en la organización. Utilizando el manual de organización, los empleados pueden conocer la estructura formal de la empresa y descubrir jerarquías para comprender mejor los puestos asignados.

Desarrollo de teorías y conceptos

Gestión Administrativa

Para Mora A., Cercado V., Huilcapi M. y otros (2018), confirma lo siguiente; La gestión administrativa es fundamental para el funcionamiento de una organización y enfrenta limitaciones en caso de fallas administrativas. Para mejorar la eficiencia de la organización, la gestión administrativa no solo crea una plataforma administrativa estable, sino que también se coordina regularmente con los departamentos laborales y así asegurar el buen progreso de varias actividades de coordinación hacia los objetivos establecidos por la organización. (pág. 4)

La gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control.

Según Quintana J, (2020) la gestión administrativa permite a las organizaciones afrontar nuevos retos para alcanzar la productividad y competitividad en las organizaciones actuales. La administración, que es una ciencia que implica la toma de decisiones en determinados períodos con gran impacto en las operaciones empresariales, debe ser utilizada adecuadamente; Los gerentes deben analizar varios factores ambientales, en base a esto, adoptar patrones de gestión efectivos de tal manera que conduzcan a una mayor productividad y, por lo tanto, a un margen de beneficio favorable.

Por lo tanto, la administración se fundamenta en la importancia y necesidad en la organización, pues tiene como objetivo organizar los esfuerzos de los colaboradores para el logro de las metas y objetivos trazados a través de instrumentos subordinados y primarios, como son los procesos administrativos como la planificación, organización, dirección y dirección. gestión. La administración es el soporte de múltiples procesos en la unidad estructural y todos sus departamentos para un excelente crecimiento empresarial. Es importante señalar que la principal función del ejecutivo es dirigir y controlar los recursos de los que dispone la organización para asegurar un crecimiento óptimo en beneficio de todos sus integrantes.

Planeación

Según Arellano y Yanchapanta (2016) este principio es esencial en las funciones administrativas de la organización y se define como determinar el curso de acción a seguir por sus miembros, determinar los principios que lo rigen y las acciones secuenciales a realizar, así como determinar el tiempo requerido para su implementación. La planificación de procesos administrativos es un acto intencional que forma parte del proceso de determinación de metas u objetivos a corto, mediano y largo plazo. También tiene un impacto formal y positivo sobre el curso, dirección y el futuro de una organización por otro lado se desarrollan las estrategias más adecuadas para la consecución de dichos objetivos, así como un plan de actividades a realizar, los recursos necesarios y una visión general del personal más idóneo para cada actividad o capacidad.

De acuerdo con la definición descrita, se puede decir que la planificación lleva a las personas a un punto determinado, reduce la incertidumbre y la superposición de actividades y establece criterios específicos para verificar el resultado o comprender el nivel de avance. También define cada una de las metas que se quieren alcanzar y lo que se debe hacer para alcanzarlas, así como también evalúa el futuro a través de la planificación y desarrolla una visión de consecución de las metas, por lo que es necesario entender la misión, visión, políticas y estrategias de la organización.

Objetivos.

Para Bastidas (2019) El objetivo de la investigación debe ser claro, realista y alcanzable. Asimismo, el objetivo de la investigación debe ser un verbo en infinitivo que denote una acción, un evento que se refiera a la variable de investigación y la unidad de estudio, que puede ser una persona, un objeto, una institución o un contexto que se refiere al rendimiento del sitio de investigación.

Los objetivos en otras palabras se refieren a las metas, ya que son los resultados que la organización quiere lograr dentro de un cierto período de tiempo. Dan dirección al proceso de toma de decisiones, por lo que es la base de la planificación. Por otro lado, es la razón de ser de la organización que se enfoca en lo que se propone lograr dentro de sus estándares de calidad.

Políticas.

García (2020) menciona que la política lo es todo. Podría decirse que la unidad más pequeña de existencia política son dos personas. En otras palabras, con la relación entre ellas, la política ya existe. Está destinado a mediar en los conflictos que enfrentan los individuos en la sociedad.

Se podría decir que las políticas son las normas que la empresa debe seguir para lograr sus objetivos, también debe centrarse en influir en el comportamiento empresarial a fin de crear los requisitos previos necesarios para adquirir las habilidades, el conocimiento, la experiencia y los recursos necesarios para operar en los negocios.

Estrategias.

Según Westreicher (2022) Una estrategia en si es un programa para la toma de decisiones y/o de acción ante una situación dada. Su propósito es lograr uno o más objetivos predefinidos. Es decir, una estrategia es un plan diseñado para lograr una meta. Se puede utilizar en varios campos, como militar o comercial.

Las estrategias describen la forma más adecuada de alcanzar los objetivos planteados por la organización, que a su vez corresponden a su misión la cual es razón de ser y visión el horizonte ideal.

Organización

Para Argudo (2016) la organización es el uso del trabajo para encontrar un propósito comercial, lo que incluye determinar las tareas que se realizarán, quién las realizará, dónde se tomarán las decisiones y quién será responsable de ellas.

Esto significa que la organización da la oportunidad de saber lo que hay que hacer para lograr los objetivos planificados, distribuir y coordinar actividades y proporcionar los recursos necesarios. Una organización es una unión y asociación de recursos humanos, financieros, materiales y de otro tipo necesarios para lograr un objetivo y asigna recursos para crear las condiciones para el éxito. La gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas

Organización formal.

De acuerdo con Grudemi (2018) afirman que las organizaciones formales juegan un papel vital en la vida empresarial y se cree que este tipo de organización ayuda a las empresas a mejorar de manera efectiva a través de buenas prácticas de planificación, gestión y secuenciación.

Una organización formal es una estructura de roles consciente en un negocio formalmente organizado. Cuando se denomina que una organización es formal, nada es demasiado restrictivo, rígido o específico.

Estructura organizacional.

Para Valencia, et al, (2018) afirman que las organizaciones interactúan constantemente con su entorno y los estudios de gestión a menudo estudian los eventos sin considerar su dinámica. Por otra parte, la estructura organizativa es la división de todas las actividades de la empresa en áreas o departamentos, determinando la autoridad, organización y coordinación para el logro de los objetivos.

Las estructuras organizativas consisten en la especialización y coordinación de actividades y la centralización y descentralización de la toma de decisiones. Por otro lado, la estructura organizacional es la forma en que se agrupa el trabajo y se definen las relaciones de poder y responsabilidad en una organización o empresa.

Manual de procedimientos.

Vergara (2018) define el manual administrativo es una importante herramienta de comunicación para registrar y difundir información sobre la organización y el funcionamiento de la unidad; es decir, por medio de un manual, entenderemos que la historia, organización, políticas y/o procedimientos de la institución contienen.

De manera organizada y sistemática, la información y/o aclaraciones que se consideren necesarias para el mejor desempeño del trabajo. El manual de procedimientos por lo general es una herramienta administrativa que apoya el trabajo.

Dirección

Marco, Loguzzo, & Fedi (2016) la dirección es el tercer paso que implica planificar, comunicar, motivar y monitorear para lograr los objetivos de la empresa. Esta etapa requiere la presencia de un gerente que sea capaz de tomar decisiones, orientar, asistir y dirigir las diferentes áreas de trabajo.

Cada grupo de trabajo se rige por normas y medidas encaminadas a mejorar su desempeño, y la dirección, a través de la influencia interpersonal, trata de que todos los empleados contribuyan a la consecución de los objetivos. En otras palabras, la dirección es la forma en que los líderes o administradores.

Liderazgo.

Según Nina (2020) menciona que el líder podrá establecer una buena comunicación y mejorar la integración de los miembros para que todos logren un objetivo común. En resumen, la importancia del liderazgo radica en que es la clave para la supervivencia de cualquier organización.

El liderazgo describe la interacción que se da entre gerentes y asociados, donde los primeros inspiran confianza y apoyo, para que los segundos contribuyan al logro de los objetivos de la organización y desarrollen su competencia profesional en esta dinámica.

Comunicación.

Por otra parte, Celis (2019) define que la comunicación en las organizaciones va más allá de lo que tradicionalmente conocemos sobre emisores y receptores de mensajes. Sabemos que para comunicar debe haber una retroalimentación.

La comunicación organizacional puede ser utilizada como una herramienta de trabajo que permite el nacimiento de información en la organización y conecta las necesidades e intereses de la misma con las necesidades de los empleados y la sociedad. La administración de la organización no es labor de una sola persona, por lo que todos los socios tienen influencia de una forma u otra, para que exista comunicación entre todos los miembros de la empresa.

Motivación.

Para Palomar (2018) Los motivos de la acción administrativa incluyen la documentación de las razones reales por las que la autoridad administrativa tomó la decisión, que tiene por objeto dar a los beneficiarios la oportunidad de confrontar y, si es necesario, objetar la acción administrativa. Se trata de dar razones que justifiquen el acto del mismo.

La motivación de la empresa vendría hacer un factor muy importante, porque puede hacer que los empleados se interesen más y trabajen para lograr los objetivos propios de la empresa, actualmente es un factor muy importante en la gestión.

Control

Según Sergio Hernández y Rodríguez (2018) mencionan que el entorno en el que operan las organizaciones es muy dinámico. El personal no puede ser completamente programado por empresas, procesos de producción, normas y políticas.

Su propósito es asegurar que cualquier resultado de la planificación, organización y dirección cumpla con todos los objetivos previamente establecidos. Por lo tanto, es esencial porque es un proceso que dirige cualquier actividad de desarrollo hacia un objetivo específico y también verifica que cada tarea se realice de acuerdo con la política definida.

Actividades de control.

Según Villeda (2020) las actividades de control se definen como actividades establecidas a través de políticas y procedimientos que ayudan a asegurar que se lleven a cabo las instrucciones de la gerencia para mitigar los riesgos que puedan afectar los objetivos.

La función de control por lo general es una tarea horizontal en la operación de la empresa y, por lo tanto, transversal a todos los aspectos de la organización; incluye varias actividades tales como aprobación, delegación, segregación de funciones

Retroalimentación.

Machuca (2022) señala que la retroalimentación comercial o empresarial es uno de los pilares más importantes para construir un equipo beneficioso y bien capacitado. Gracias a esto, es posible una comunicación efectiva, una mejor toma de decisiones y un flujo de trabajo optimizado.

Es importante enfatizar que la retroalimentación solo debe enfocarse en las competencias y habilidades básicas requeridas para cada función específica; de lo contrario, siempre habrá áreas en las que se requieran las mismas competencias para diferentes funciones.

Sistema de auditoría.

Para Guzmán (2017) una auditoría de desempeño es un examen analítico total o parcial de una organización para determinar su nivel de desempeño e identificar oportunidades de mejora con el fin de innovar, evaluar y lograr una ventaja competitiva sostenible.

En otras palabras, es el acto de verificar que un evento o situación haya ocurrido según lo planificado, pero en el contexto de la auditoría en las organizaciones, se refiere al examen de la información financiera, operativa y/o administrativa con base en el cumplimiento de las leyes o políticas fiscales y lineamientos que de otro modo establecido operación y gestión.

Innovación

Schumpeter (2019) define que la innovación se refiere a la producción de nuevos bienes, la introducción de nuevos métodos de producción, la creación de nuevas formas de organización o la apertura de mercados para nuevos productos o elementos, y la promoción de las actividades productivas de las empresas y su crecimiento y transformación.

En este sentido, las innovaciones dependen de cómo se distribuyan en las estructuras productivas y de las estrategias tecnológicas de las empresas, tratando de mantener o mejorar su desempeño.

Muñoz L. D., (2020) ofrece una crítica sobre que la innovación determina la supervivencia de una empresa. En un mundo globalizado, la innovación es una tarea diaria, un proceso continuo, dinámico, no estacional. La innovación debe ir de la mano con la responsabilidad social corporativa, ya que debe convertirse en una herramienta que aporte a las empresas una ventaja competitiva y, al mismo tiempo, aporte beneficios reales a todos los grupos de interés y al entorno.

Existe una necesidad generalizada de incluir la innovación en la estrategia empresarial, ya que ayuda a la empresa a posicionarse y sobrevivir en el mercado. Este concepto de innovación ha surgido desde los inicios canónicos de la historia del pensamiento económico, no claramente definido en un principio, pero dándole un significado trascendente en el proceso de desarrollo, generación, valor y riqueza.

Innovación de productos/servicios

Para Torrent-Sellens (2019), la innovación de producto requiere la utilización de nuevos conocimientos o tecnologías, o basarse en nuevas utilidades o combinaciones de conocimiento tecnologías ya existentes.

La innovación de productos incluye la introducción de productos o servicios nuevos o significativamente mejorados en el mercado en términos de características básicas, especificaciones técnicas, software incorporado y otros componentes intangibles, propósitos previstos o beneficios.

Incorporación de nuevos productos al mercado.

Según Galán (2021) define que el desarrollo de un nuevo producto es el proceso en marketing y economía mediante el cual una empresa se plantea participar en un determinado mercado a través de la inclusión en el mismo de un bien o servicio novedoso, o con una completa modificación y/o actualización de uno anterior.

El desarrollo de nuevos productos en una empresa está influenciado por las decisiones de compra y la competencia resultante, no solo eso, se considera un proceso crucial para la supervivencia de una empresa, especialmente una pequeña.

Servicios adicionales.

Para Guevara (2018) menciona que los servicios adicionales son los que acompañan a un producto y tienen el objetivo principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores. La construcción de relaciones con el cliente anteriormente no era una prioridad. Hoy en día, con el advenimiento de clientes más informados, más educados y exigentes, hace que las empresas se preocupen más por brindar esos servicios adicionales que permitirán que el cliente tenga un mejor concepto del establecimiento.

Un ejemplo es la tecnología es uno de los servicios auxiliares más indispensables en la actualidad, ya que permite a los clientes iniciar y ejecutar sus transacciones, etc. a través de mecanismos casi ilimitados y sin complicaciones. El éxito de las empresas hoy en día se basa en construir relaciones a largo plazo con los clientes, por lo que los servicios adicionales son esenciales para una mejor satisfacción, lealtad y liderazgo del cliente.

Innovación organizacional

Según Valdés (2020) la actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades.

La innovación organizacional es un método que tiene como objetivo encontrar nuevos planes de negocios, cambiar la estructura interna de la organización y cambiar las restricciones existentes entre la organización y el mercado. Además, brinda la oportunidad de trabajar en una organización empresarial para lograr un objetivo específico. La innovación organizacional como modelo de negocios se refiere a la capacidad de desarrollar conceptos de negocios radicalmente diferentes o nuevas formas de diferenciar los conceptos de negocios existentes dentro de una organización. Por otro lado, al buscar un nuevo diseño organizacional, la estructura interna de la organización cambia, lo que también significa cambiar los límites entre la organización y los mercados.

Modelos de negocios.

Arroyo (2019) un modelo de negocio es la herramienta, que precede al plan de negocio, la cual te permite definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, qué valor vas a aportar, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Innovar un modelo de negocio requiere comprender el valor creado para el cliente, cómo se crea, de dónde provienen los recursos, qué canales se utilizan, cuáles son las actividades que generan ingresos, cuál es la estructura de costos del negocio y otros factores que rodean el valor la propuesta que interactúa y puede mejorarse según las necesidades del mercado

Sistemas organizacionales.

Para Jiménez et, al. (2021) Señalan que los sistemas organizacionales es la división formal del trabajo en una organización e incluye procesos de toma de decisiones sobre la especialización del trabajo, la departamentalización, la cadena de mando, el alcance del control, la centralización y la formalización. Un sistema organizacional es entendido como un conjunto de procesos y herramientas destinados a la abstracción continental de dominios de contenido y espacios de gestión de políticas empresariales y su control organizacional.

En cuanto a estas visiones, es un sistema compuesto de subsistemas dinámicos que también son capaces de producir los resultados coordinados necesarios. Por otro lado, es la voluntad de sus creadores de contribuir a la acción: es decir, la voluntad de sacrificar el control sobre su comportamiento en favor de la coordinación para lograr el objetivo de reunirlos. Por esta razón, los roles y funciones en las organizaciones están separados pero interrelacionados. El sistema de organización empresarial refleja la estructura que establecerá la empresa y define el modelo organizacional que facilita la ejecución de tareas, las buenas relaciones entre los diferentes departamentos y empleados, la toma de decisiones y en definitiva incrementa la eficiencia y productividad de la empresa.

Un sistema que es un todo unificado organizado que consta de dos o más partes, componentes o subsistemas interdependientes y está limitado por restricciones identificables que lo separan del sistema que lo rodea.

Fundamentos Legales

Constitución de la República del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Ley orgánica de economía popular y solidaria

Capítulo II

De las Unidades Económicas Populares

Art. 73.- Unidades Económicas Populares. - Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad. Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional.

Art. 74.- Las personas responsables de la Economía del Cuidado. - Para efectos de esta Ley se refiere a las personas naturales que realizan exclusivamente actividades para la reproducción y sostenimiento de la vida de las personas, con relación a la preparación de alimentos, de cuidado humano y otros. (Ley organica de economia popular y solidaria, 2011)

Código del trabajo

Título preliminar

Disposiciones fundamentales

Art. 2.- Obligación del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes. (Codigo del trabajo, 2012)

Ley orgánica de emprendimiento e innovación

Capítulo I

Disposiciones fundamentales

Art. 1.- Objeto y ámbito. La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

1. **Emprendimiento.** Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.
2. **Innovación.** Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes. (Asamblea nacional de la republica de Ecuador, 2020)

Capítulo II

Políticas públicas e institucionalidad del emprendimiento

Art. 6.- Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación. Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, la

alianza público privada y academia, el mismo que estará conformado por las máximas autoridades o delegados de las siguientes instituciones:

- a) La Presidencia de la República o su delegado, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
 - b) El Ministerio rector de la Producción;
 - c) El Ministerio rector de Economía y Finanzas; ;d) La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación;
- (Asamblea nacional de la republica de Ecuador, 2020)

Ley Orgánica de defensa del consumidor (2021)

Capitulo II

Derechos y Obligaciones del Consumidor

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.

Capítulo II

Metodología

Diseño de investigación

El tipo de investigación es descriptivo y con enfoque mixto, porque puede extenderse a aspectos que están relacionados con el objetivo, que son los factores determinantes que impulsan el desarrollo de esta investigación. Desde el punto de vista del alcance de estudio, el diseño de la presente investigación es no experimental, ya que su objetivo es analizar cuál es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado.

Investigación descriptiva

En este estudio se describieron las situaciones, es decir cómo se manifiesta la administración del centro comercial “Jorge Cepeda Jácome”. Estos estudios buscaron detallar características importantes tanto de los comerciantes como del administrador y otras situaciones que fueron sometidos a análisis. En esta investigación descriptiva, las variables se evaluaron de forma independiente.

Enfoque de la investigación

Enfoque cualitativo

La investigación actual, según el modelo investigativo y la estrategia metodológica que se utilizó, se determinó que es de tipo cualitativa, por lo que se realizó a través de la entrevista, ya que se requirió un informe verbal de parte del administrador, para obtener información primaria sobre su comportamiento o experiencias dentro del centro comercial Jácome. Creando así comunicación mutua entre el entrevistado y entrevistador, transmitiendo interés, motivación y confianza.

Enfoque cuantitativo

Para esta investigación se determinó también que es de tipo cuantitativa ya que se realizó a través de encuestas, para evaluar los elementos que enumeran en función de los resultados obtenidos, a través de las cuales se pudo comprender y analizar la gestión administrativa del objeto de estudio. Cabe mencionar que la investigación cuantitativa estudió también la relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados.

Métodos de la investigación

Método inductivo

El método inductivo permitió la comprensión contextual de los objetos de investigación, el desarrollo de herramientas y acciones estratégicas a través de la observación directa en el objetivo del mismo y entrevista a realizar al administrador. Por otra parte se aplicó este método con el fin de observar las causas y efectos particulares y sacar una conclusión, sobre la manera que influye la falta de gestión en la administración del centro comercial Jorge Ceda Jácome.

Método Analítico

Este método permitió analizar los datos obtenidos en la investigación, partiendo de un análisis exhaustivo de las variables de estudio mediante las encuestas que se realizó a los involucrados, en este caso sería a los comerciantes, por medio de la determinación de acciones que realiza el centro comercial Jorge Cepeda Jácome de La Libertad.

Por otra parte el método analítico incluyó la división de los factores investigados, con base en el análisis de distribución de los elementos en el objeto de investigación y la extracción de las conclusiones apropiadas. Este proceso requirió profundizar en el origen del fenómeno de estudio, en otras palabras una comprensión de cada componente individual y la capacidad de aplicar los procedimientos adecuados para procesar la información que se obtuvo de lo específico a lo neutral.

Población y muestra.

Población

Para efectos de la investigación, la unidad de análisis en el presente estudio la constituye el centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón La Libertad, tomándose como población a los 412 comerciantes de cada local, así como al administrador de dicha empresa. Esta población comparte las mismas características básicas que facilitan el acceso a la información relevante para el análisis y posterior discusión de los resultados.

El siguiente cuadro incluye cada uno de los elementos que forman parte de la población de acuerdo a este estudio:

Tabla 1 Población

TÉCNICO	CATEGORÍA	CANTIDAD
Entrevista	Administrador del centro comercial “Jorge Cepeda Jácome”	1
Encuesta	Comerciantes	412
TOTAL		413

Nota: Representa la población total del centro comercial Jorge Cepeda Jácome

Muestra

Al aplicar el cuestionario estructurado, se trabajó con el tipo de muestreo no probabilístico en otras palabras el muestreo por criterio, es decir, que de 412 comerciantes solo se seleccionó a 103 de ellos, ya que este tipo de muestreo se le aplico al 25% de la población en base a su actividad comercial, por lo que cada local en su mayoría está dividido en lo que son prendas de vestir, víveres, legumbres, patios de comidas y útiles de primera necesidad, por lo tanto para no ser tan repetitivos en ese caso, solo se escogió a la cuarta parte de lo que es la población de los cuales se tuvo acceso para la aplicación de la encuesta a los comerciantes del centro comercial Jorge Cepeda Jácome.

Tabla 2 Muestra

TÉCNICO	CATEGORÍA	CANTIDAD
Entrevista	Administrador del centro comercial Jorge Cepeda Jácome”	1
Encuesta	Comerciantes	103

Nota: Representa la muestra total

Recolección y Procesamiento de los datos.

Técnicas de Investigación

La entrevista fue una de las técnicas utilizadas para recolectar datos de la investigación, la cual tiene un enfoque cualitativo que fomenta y conduce un diálogo directo y continuo. Este proceso de comunicación fue dirigida al administrador de la empresa Jácome, con el propósito de obtener información directa y relevante, para el análisis de los resultados.

Por ello, otra técnica utilizada fueron las encuestas, por lo que es uno de los métodos para recolectar datos de la investigación, ya que las preguntas recogerán información sobre las variables que miden las opiniones, conocimientos y actitudes de las personas, esta información que se obtuvo es muy útil para correlacionar variables. La encuesta cubrirá una parte de la población, por lo que es una encuesta por muestreo, esta misma fue aplicada a los comerciantes del centro comercial Jorge Cepeda Jácome.

Instrumentos de investigación

Guía de entrevista: la guía de entrevista se conformó de varias interrogantes relacionadas con los elementos de estudio, este instrumento fue utilizado por lo que brindó información sobre las causas fundamentales de los problemas que se presentan en la empresa Jácome, el objetivo de la investigación condujo a obtener la información con respuestas verbales directamente del administrador de dicha empresa.

Cuestionario: para esta investigación se consideró como instrumento de recolección de datos el cuestionario, ya que se constituyó por un conjunto de preguntas cerradas, elaborado por la modalidad de la herramienta de medida de escala tipo Likert, para el cual tiene el propósito de medir las variables del estudio. Por otra parte se obtuvo la información del propio sujeto en tema de estudio, que en este caso son los comerciantes.

El cuestionario se completó utilizando el programa Microsoft Forms para la tabulación inmediata de los datos recopilados, mientras que el programa SPSS se utilizó para preparar tablas y gráficos para los análisis correspondientes.

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de datos (cualitativos o cuantitativos)

Análisis de los resultados

Análisis de datos de la Entrevista

1. ¿Considera usted que el desempeño de la organización depende de la capacitación y motivación de los administradores?

Como lo expresa el administrador del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, ellos pueden hacer muchas cosas dentro de la organización, el administrador como los comerciantes por lo general tienen planes y proyectos a futuro, ya sea dentro del mercado o de la organización como tal, por otra parte para poder lograr su objetivo deben contar con un respaldo o los recursos necesarios que les pueda brindar la municipalidad, y como dio a entender el administrador, por el momento ellos carecen de esos recursos y principalmente el apoyo, por lo cual no podrían a dar por desarrollado sus actividades.

2. ¿Existen planes de mejoramiento o innovación en el centro comercial “Jorge Cepeda Jácome” a favor de los comerciantes?

Según lo mencionado por el administrador es que si existen planes de mejoramiento e innovación, incluso se empezó con los mantenimientos respectivos de los mercados, ya que tanto tiempo ha tenido que no se ha realizado lo que son los mantenimientos, es decir durante 18 años y es por eso que en ese transcurso la empresa Jácome tuvo inconvenientes ya sea eléctrico, sanitario y estructurales, por lo cual en la actualidad el alcalde pudo empezar con los mejoramientos del mercado después de mucho tiempo.

3. ¿Cómo es la estructura organizacional de la empresa? ¿cuáles son sus aspectos positivos?

En el caso dirigenal del administrador o en su rango jerárquico, aparte de su puesto en el mercado, la estructura organizacional está conformado en inspectores, por consiguiente los de limpieza y mantenimiento de lo cual todos conforman un papel fundamental dentro del mercado. Para el administrador un aspecto positivo es que haya una organización de instalaciones ya sea personal y de los productos que se ofrecen.

4. ¿Cuáles son las redes sociales que emplea para que los clientes externos conozcan de los productos o servicios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome?

La red social más común que emplea el administrador para dar a conocer los productos o servicios del mercado es el más común que es Facebook, en realidad tienen una cuenta oficial del mercado para así dar a conocer todas las actividades que realizan los trabajadores, pero aparte de eso en la parte promocional cada comerciante lo realiza de la manera independientemente, sobre todo la planta alta que son la venta de todo tipo de ropas, ellos manejan sus redes independientemente de acuerdo a su visión.

5. ¿Qué estrategia realizaría desde su rol de administrador, que le permitan asegurar la innovación en el mercado?

Lo que dio a conocer el administrador que la estrategia es muy importante, primero la concientización de las personas, ya que ellos han implementado actividades durante el periodo del administrador que son ya 3 años, que impulsan para lo que se podría decir la situación económica de los comerciantes, como por ejemplo una de las actividades dentro del mercado es que ellos han hecho exposiciones de prendas de vestir. Y por otra parte usan la técnica de las promociones en otras palabras entre todos los comerciantes compran electrodomésticos para así poder sortearlos entre los clientes. La manera de impulsar de los comerciantes es tratar de que la gente de afuera pueda ver en este caso un incentivo de porque ellos tienen que ir a comprar al mercado.

6. ¿Existe dentro de la empresa una eficiente gestión Administrativa?

Como lo dio a conocer el administrador, dentro de la empresa si existe una eficiente gestión administrativa siempre y cuando esté al alcance del mismo, en otras palabras si ellos adquieren bastantes recursos por medio de un presupuesto que realicen en el año, ellos ya sea administrador como comerciantes, ejecutan sus propias necesidades en su ámbito laboral dentro del mercado, solo es cuestión que del municipio como cabecera principal den una autorización para que así ellos puedan proseguir a desarrollar sus planes establecidos y obtener beneficios, por otra lado, los comerciantes para poder desarrollar sus actividades, aparte de una autorización que deban dar los de la municipalidad también necesitan los recursos para poner en práctica dicha actividad, es por esto que son pocas las veces que puede a ver una

eficiencia en la administración.

7. ¿Se ejecutan planificaciones dentro de la empresa para cumplir con las metas y objetivos? ¿Cuáles son?

En la parte organizacional los de mantenimiento realizan su planificación de lo que es la limpieza los días lunes y viernes en dos sectores, y uno de esos sectores es integral en este caso destapando alcantarillas y haciendo una limpieza interna, en la parte de los inspectores su planificación es de hacer rondas ya sea dentro y fuera del mercado, y por lo tanto que en sus alrededores esté libre de comercio informal que en otras palabras sería la competencia desleal que tienen los comerciantes.

8. ¿Los comerciantes reciben motivación empresarial dentro de la empresa?

De lo que se pudo comprender o entender, para el administrador la motivación que los comerciantes reciben sería en las obras del mercado, ya que en sí se están desarrollando en la actualidad, como lo son en las obras de lo que es el mantenimiento, las actividades que ellos realizan para impulsar económicamente, sobre todo en épocas claves como lo son en los feriados, ellos realizan en cada una de esas fechas diferentes festividades y sobre todo lo ejecutan internamente con todos los comerciantes para así poder incentivarlos.

9. ¿Qué medios publicitarios usted utiliza para dar a conocer los productos o servicios del mercado?

En ese caso la que se encarga de los medios publicitarios es la municipalidad, como dio a conocer el administrador es que si en caso ellos tienen un evento, de acuerdo a la planificación que ellos tengan, realizan lo que es un cronograma de actividades, para luego enviarlo a la municipalidad ya que así ellos desde su lugar de trabajo difundan por medio de las cuentas oficiales y aparte los comerciantes por las redes sociales del mercado, comparten dicha actividad pero siempre y cuando tenga la autorización que por lo general llega de la municipalidad.

10. ¿Sabe de las promociones que usan los comerciantes para su producto o servicio? ¿Cuáles son?

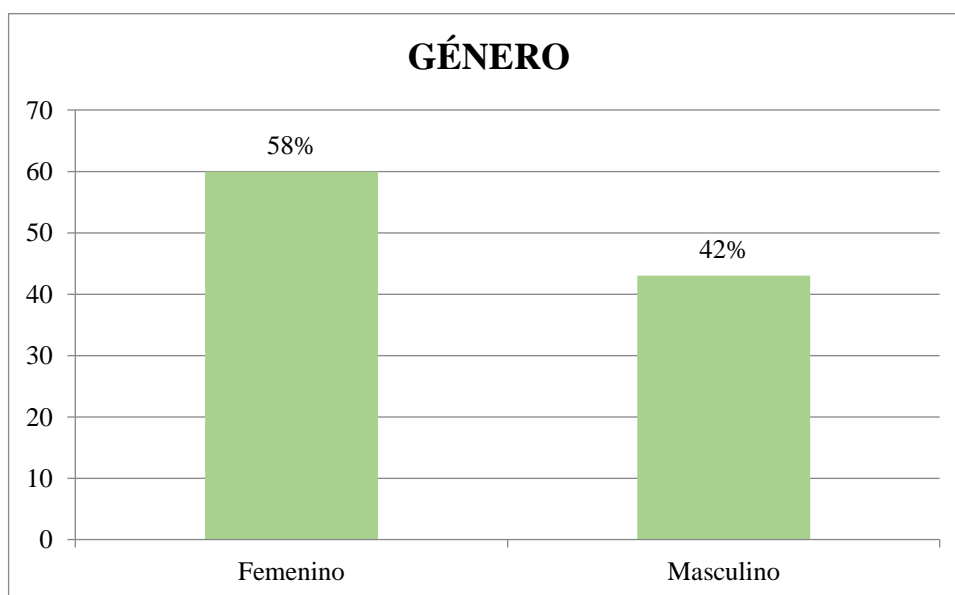
Por lo general en la parte de la venta de prendas de vestir, realizan sus promociones los días jueves y sábados, como las rebajas de los precios de la ropa ya que es muy común, en cambio en la parte de inferior donde están los comedores, los víveres o las legumbres ellos prácticamente no realizan ese tipo de actividad.

Análisis de datos de la Encuesta a los comerciantes

Tabla 3 GÉNERO

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	60	58%
Masculino	43	42%
Total general	103	100%

Figura 1



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

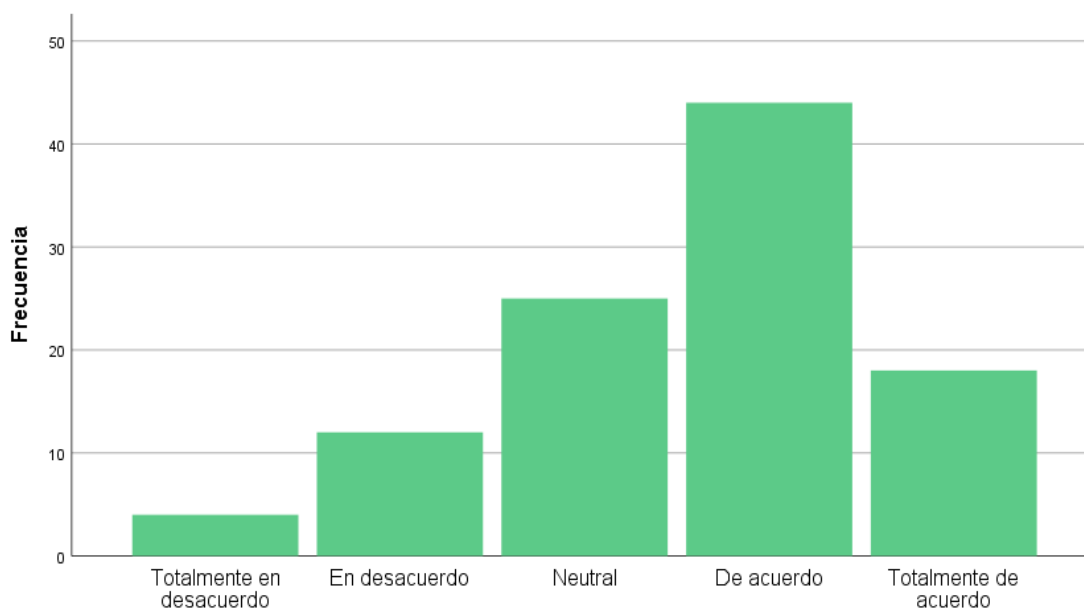
Utilizando esta herramienta de recolección de datos aplicada a los comerciantes del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, se da a conocer que la mayoría de los encuestados son mujeres y el porcentaje restante son hombres, por lo cual se les realizó las respectivas encuestas sobre el manejo de la gestión administrativa. Ellos como tal nos darán a conocer las actividades dentro del mercado y así poder saber las falencias y oportunidades que tengan como comerciantes.

1. ¿Considera usted que el administrador ha definido objetivos y así mismo estrategias con enfoque innovador en su planeación estratégica?

Tabla 4 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	3,9	3,9	3,9
	En desacuerdo	12	11,7	11,7	15,5
	Neutral	25	24,3	24,3	39,8
	De acuerdo	44	42,7	42,7	82,5
	Totalmente de acuerdo	18	17,5	17,5	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 2



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

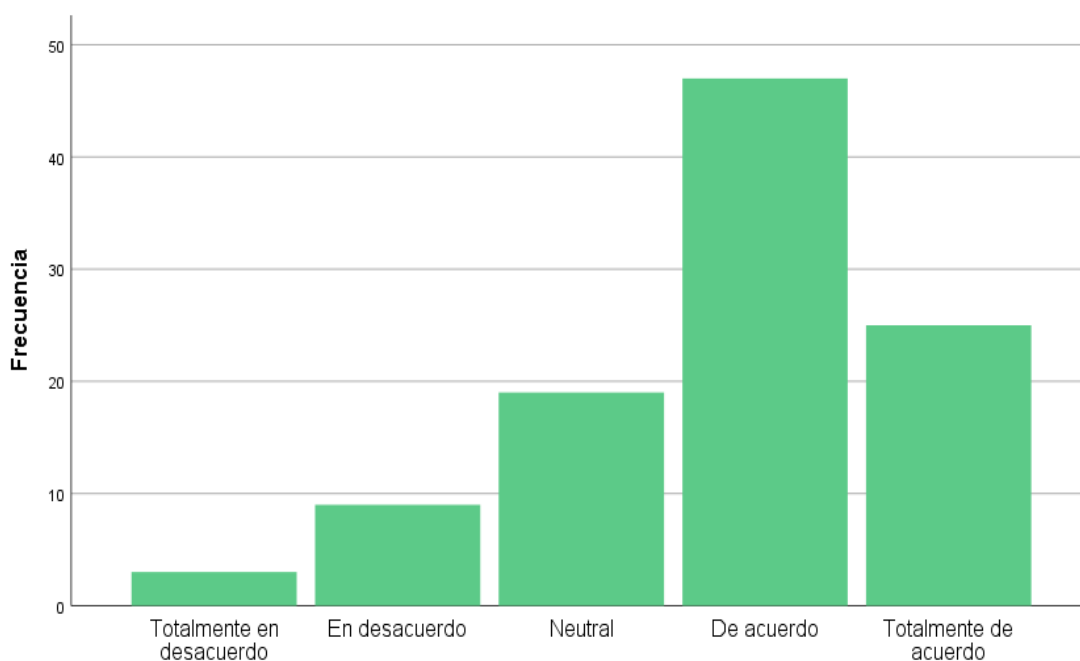
Como se evidencia la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que el centro comercial Jorge Cepeda Jácome si tiene definido objetivos y estrategias con un enfoque innovador en su planeación estratégica, ya que en si estas dos palabras son un elemento fundamental para la empresa y así mismo para las actividades de los comerciantes.

2. ¿Considera que el centro comercial Jorge Cepeda Jácome se tiene definida políticas para la innovación en su planeación?

Tabla 5 POLÍTICAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2,9	2,9	2,9
	En desacuerdo	9	8,7	8,7	11,7
	Neutral	19	18,4	18,4	30,1
	De acuerdo	47	45,6	45,6	75,7
	Totalmente de acuerdo	25	24,3	24,3	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 3



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

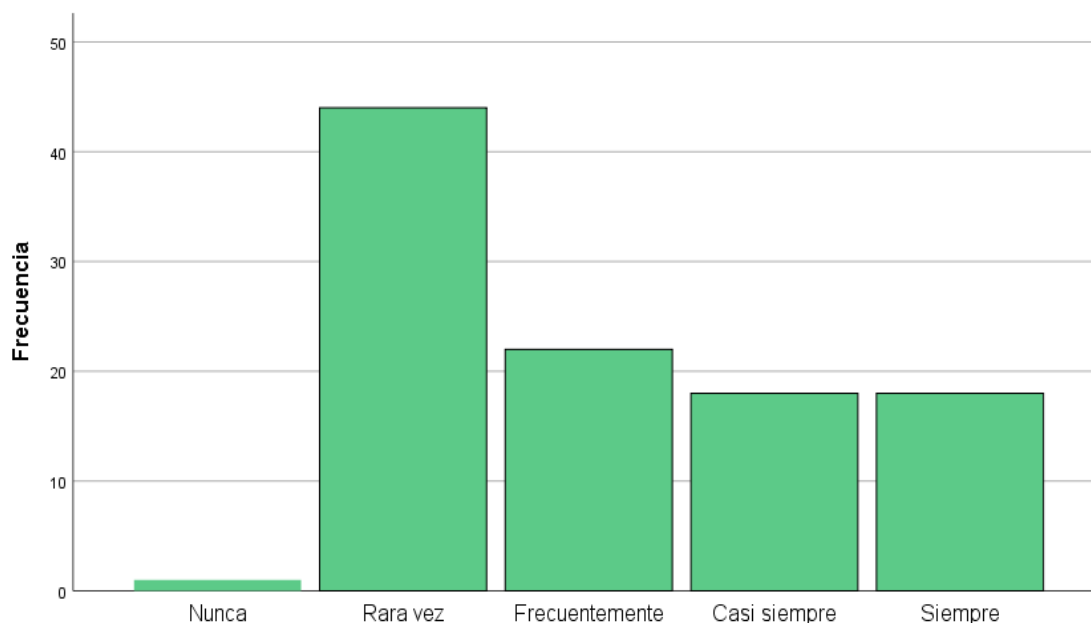
La mayor parte de los comerciantes nos dio a conocer que está de acuerdo con que el centro comercial Jorge Cepeda Jácome también tenga definido políticas así mismo para lo que es la innovación, para que así este tipo de actividades sea la promotora de la toma de decisiones ya que es un factor común dentro de las organizaciones.

3. ¿Cuándo ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración del mercado pone atención y repara el inconveniente?

Tabla 6 REQUERIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Rara vez	44	42,7	42,7	43,7
	Frecuentemente	22	21,4	21,4	65,0
	Casi siempre	18	17,5	17,5	82,5
	Siempre	18	17,5	17,5	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 4



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

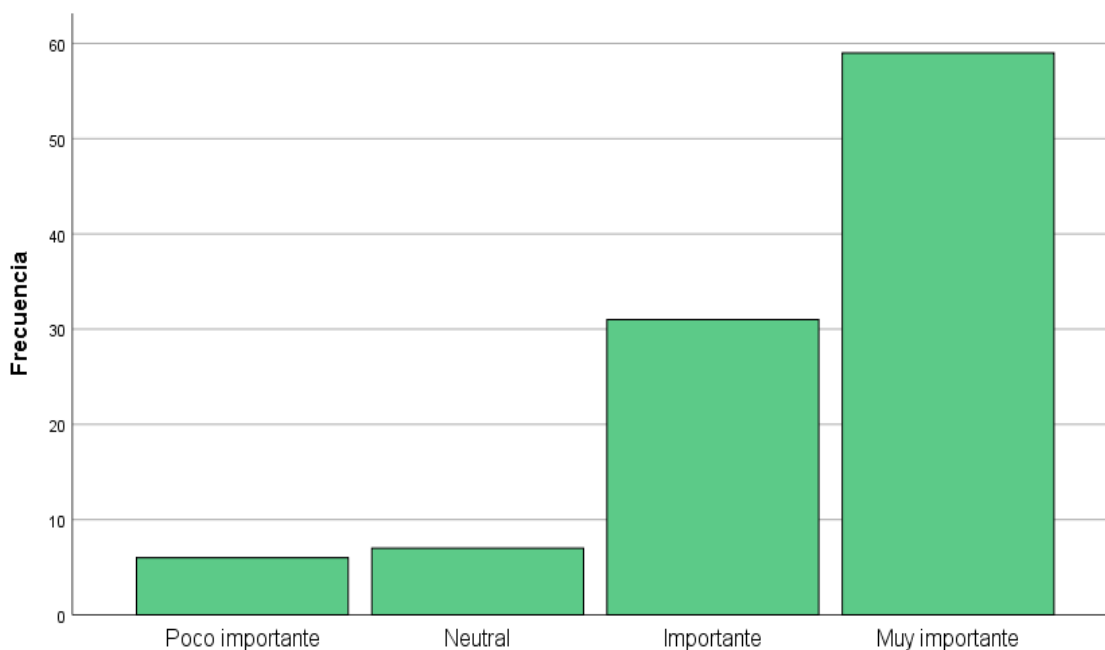
La mayoría de los encuestados indicaron que cuando ha habido quejas por parte de los comerciantes, la administración del mercado rara vez pone atención y repara el inconveniente, pero aparte de eso una cuarta parte de ellos sienten que han sido atendidas las quejas satisfactoriamente.

4. ¿Considera importante que el centro comercial Jorge Cepeda Jácome tenga definida una estructura organizacional que facilite la implementación de la innovación?

Tabla 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco importante	6	5,8	5,8	5,8
	Neutral	7	6,8	6,8	12,6
	Importante	31	30,1	30,1	42,7
	Muy importante	59	57,3	57,3	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 5



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

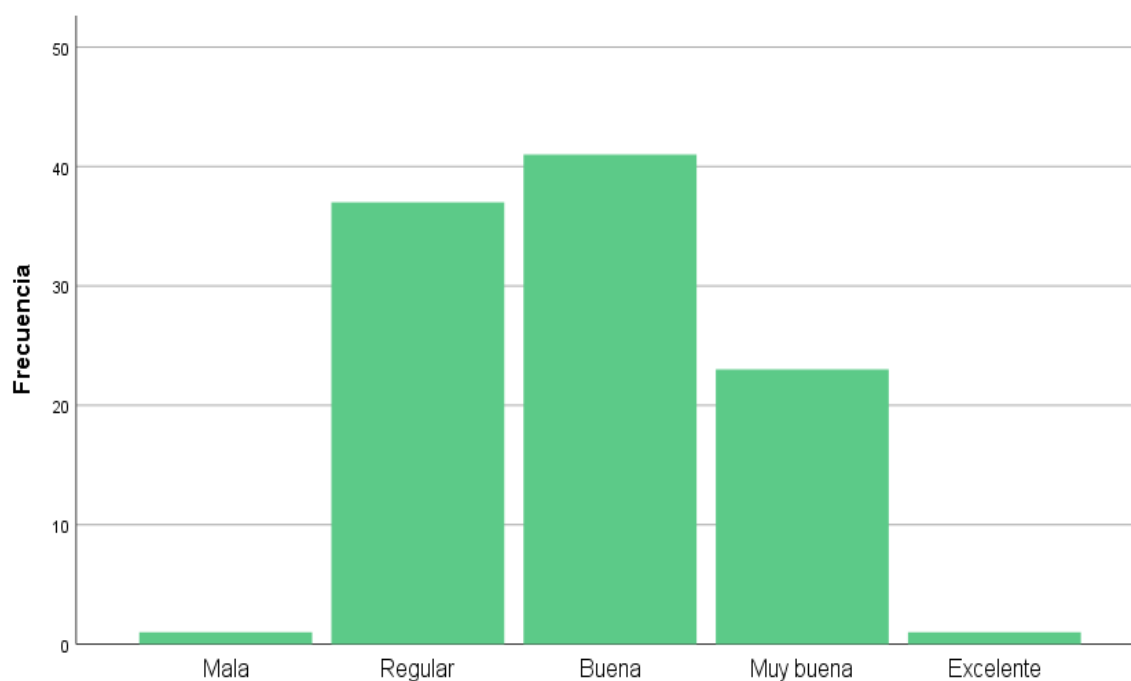
La gran parte de los encuestados nos dio a conocer que sí, es muy importante definir una estructura organizacional para que así facilite la implementación de la innovación, junto con sus funciones y responsabilidades para que se pueda cumplir con las metas establecidas.

5. ¿Cómo considera que es el estilo de liderazgo basado en el uso de la autoridad dentro del mercado?

Tabla 8 ESTILO DE LIDERAZGO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	1	1,0	1,0	1,0
	Regular	37	35,9	35,9	36,9
	Buena	41	39,8	39,8	76,7
	Muy buena	23	22,3	22,3	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 6



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

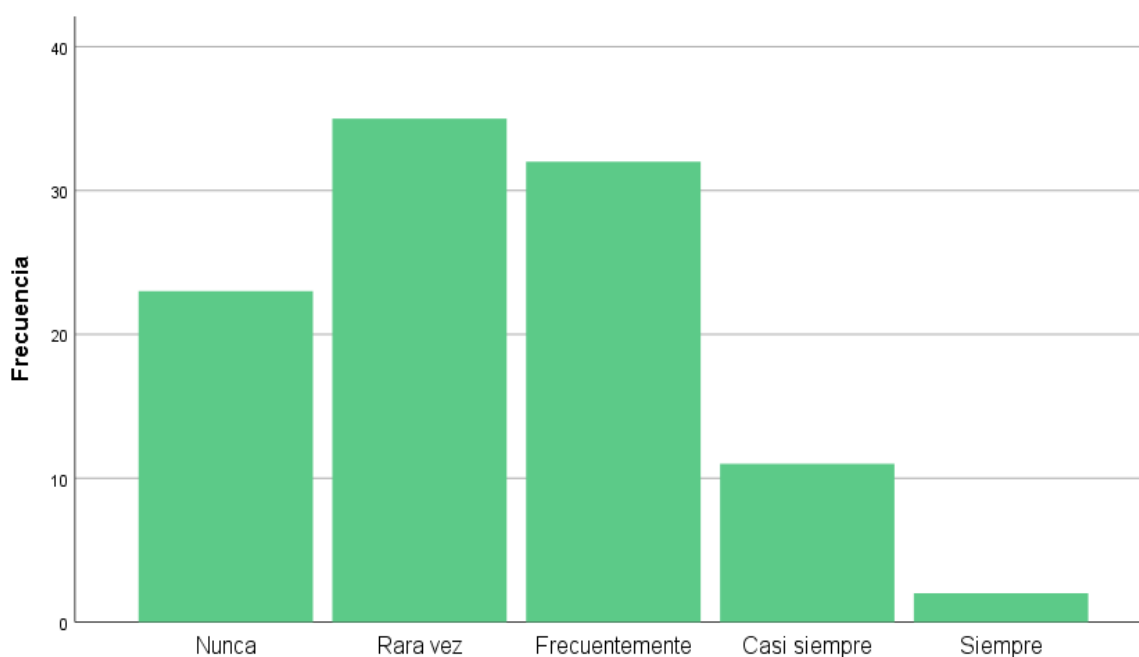
Basándose en la respuesta de los comerciantes la gran parte de ellos consideraron al estilo de liderazgo como buena, siguiéndole otra parte de ellos en regular, por lo general el estilo de liderazgo dentro del centro comercial Jorge Cepeda Jácome es fundamental ya que es la manera en que el administrador como líder logra sus propósitos y determina si la organización es eficaz o no.

6. ¿Considera usted que quienes administran el mercado municipal escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones?

Tabla 9 TOMA DE DECISIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	22,3	22,3	22,3
	Rara vez	35	34,0	34,0	56,3
	Frecuentemente	32	31,1	31,1	87,4
	Casi siempre	11	10,7	10,7	98,1
	Siempre	2	1,9	1,9	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 7



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

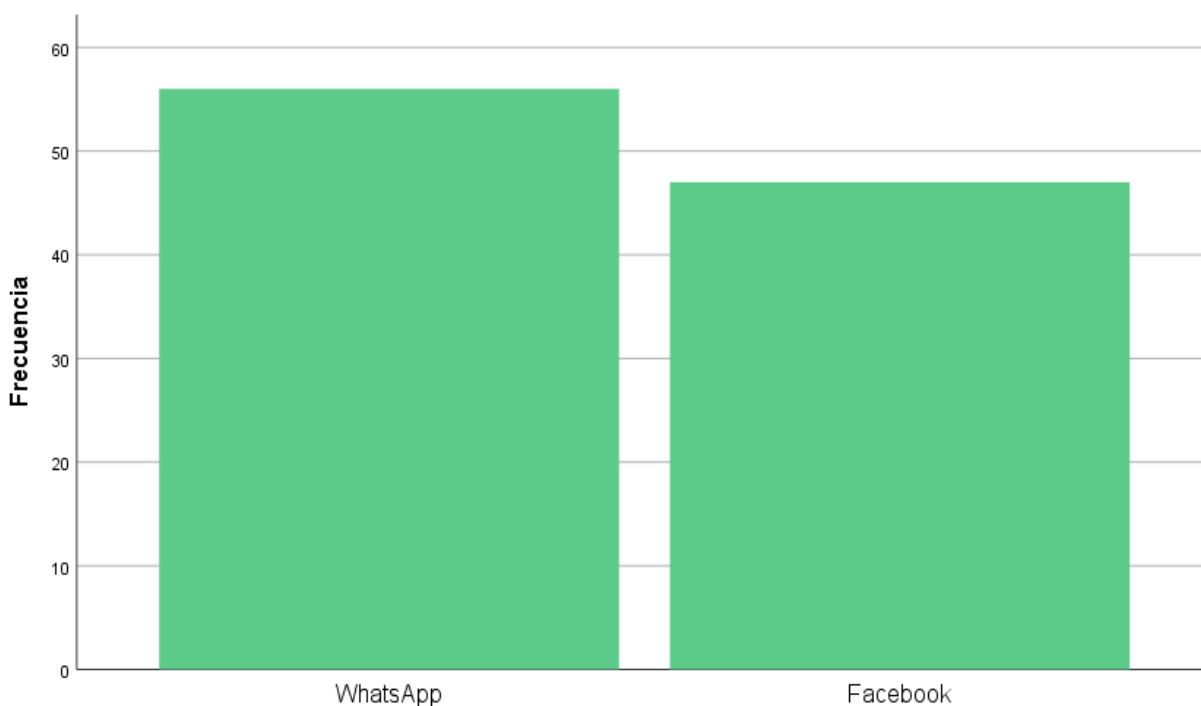
Se aprecia que la mayoría de los encuestados consideran que los administradores del mercado municipal, es rara la vez que escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones. La toma de decisiones es el trabajo más importante y trascendente de la dirección. Por eso es necesario que en los cargos directrices estén las personas más capacitadas intelectual y psicológicamente.

7. De todas las redes sociales existentes, ¿Cuál es la red más rentable para su negocio?

Tabla 10 REDES SOCIALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	WhatsApp	56	54,4	54,4	54,4
	Facebook	47	45,6	45,6	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 8



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

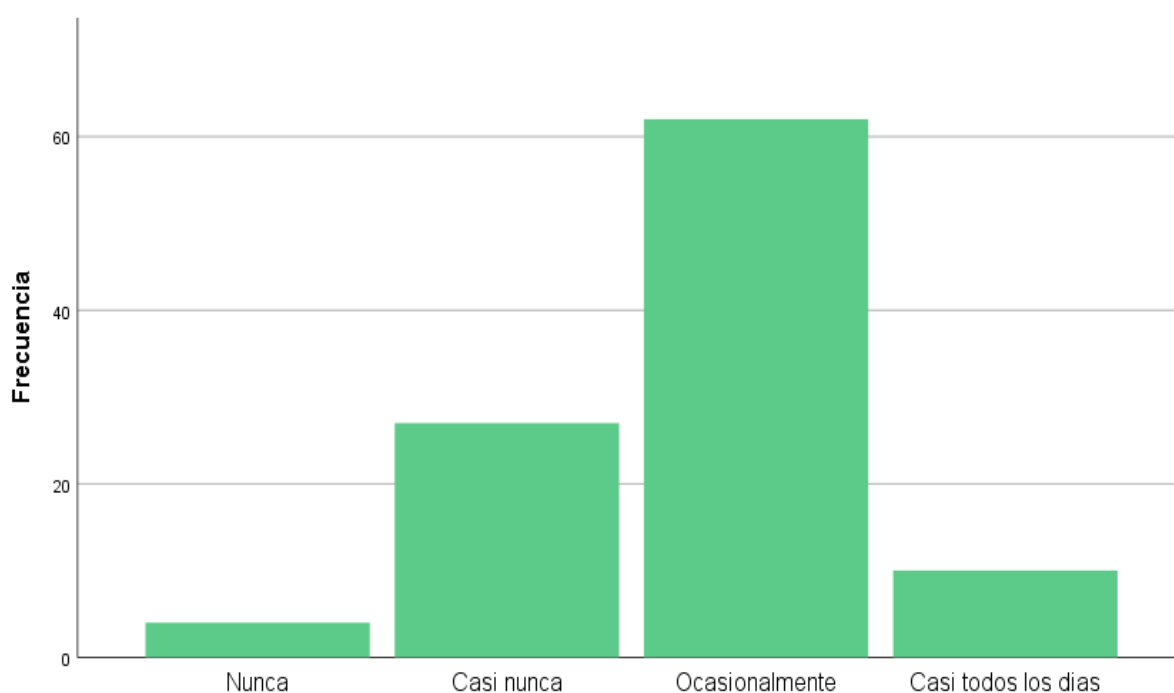
La mayor parte de los comerciantes indicaron que la red más rentable para dar a conocer su producto o servicio es WhatsApp, de ahí le sigue Facebook ya que por lo general son las redes más comunes al nivel mundial, y son más rentables al momento de ofrecer el producto, pero más para los comerciantes que venden lo que son las prendas de vestir de todo tipo.

8. ¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?

Tabla 11 TRABAJO EN EQUIPO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3,9	3,9	3,9
	Casi nunca	27	26,2	26,2	30,1
	Ocasionalmente	62	60,2	60,2	90,3
	Casi todos los días	10	9,7	9,7	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 9



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

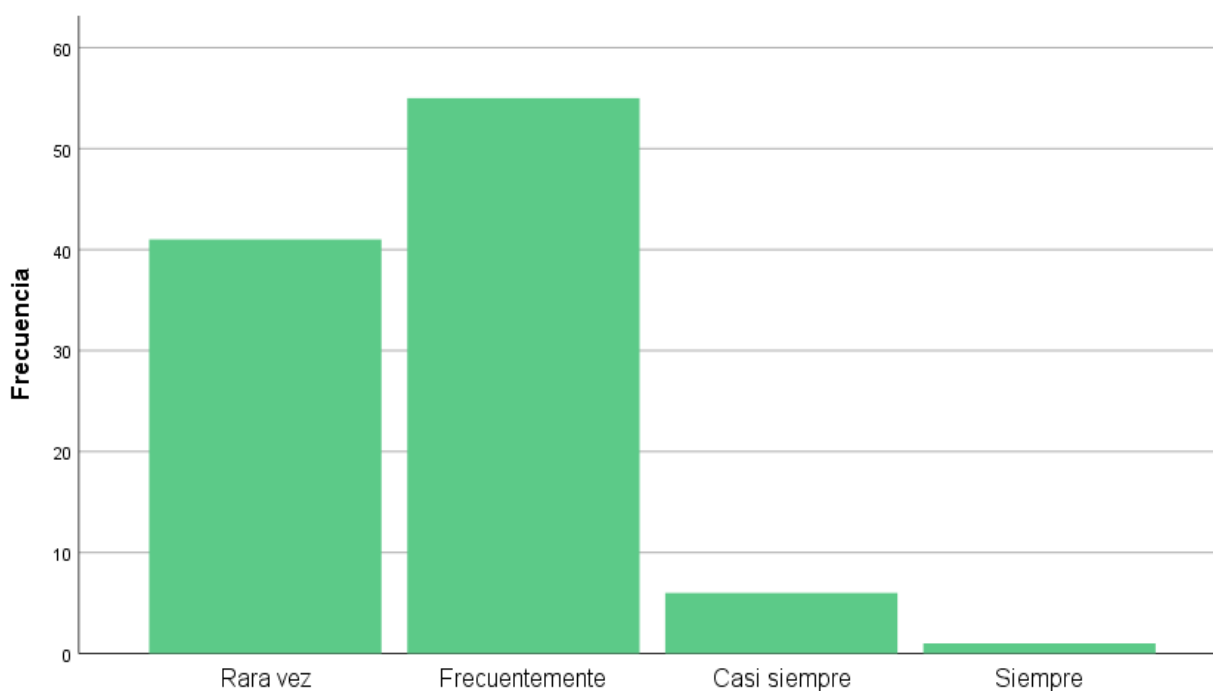
Como se observa en el gráfico, la mayoría de los encuestados indicaron que ocasionalmente el administrador los motiva para trabajar en equipo, esto puede determinar que por una parte se detectan las necesidades de los comerciantes, el administrador como un buen líder encamina a sus trabajadores a formar una unión entre equipos para que así las actividades a realizarse salgan mejor de lo que esperan.

9. ¿Considera usted que en la organización se aplican los tipos de controles adecuados para el cumplimiento de las actividades que se realizan en la misma?

Tabla 12 TIPOS DE CONTROLES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rara vez	41	39,8	39,8	39,8
	Frecuentemente	55	53,4	53,4	93,2
	Casi siempre	6	5,8	5,8	99,0
	Siempre	1	1,0	1,0	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 10



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

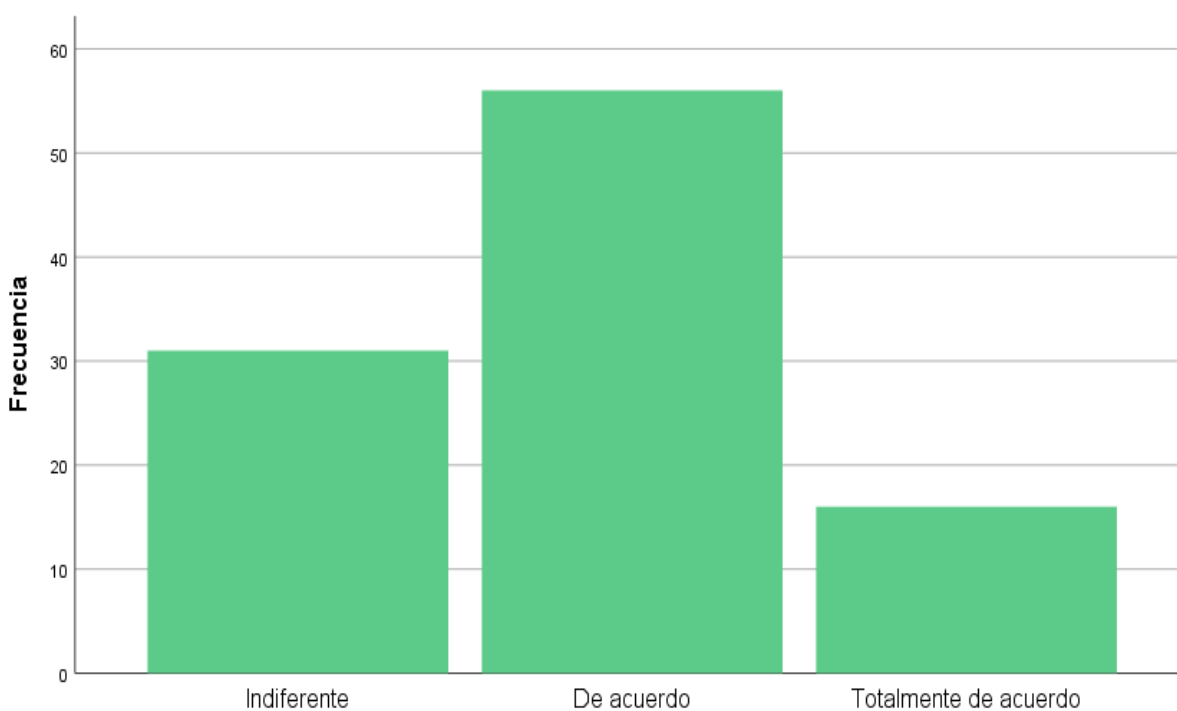
La mayoría dio a conocer que frecuentemente se aplican los controles adecuados para el cumplimiento de las actividades de los comerciantes, ya que aplicando los controles se está asegurando de que las acciones de la organización se realicen de acuerdo a lo planificado.

10. ¿Está de acuerdo con que el proceso de retroalimentación es aplicable a las actividades que realizan los miembros de la organización?

Tabla 13 RETROALIMENTACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	31	30,1	30,1	30,1
	De acuerdo	56	54,4	54,4	84,5
	Totalmente de acuerdo	16	15,5	15,5	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 11



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

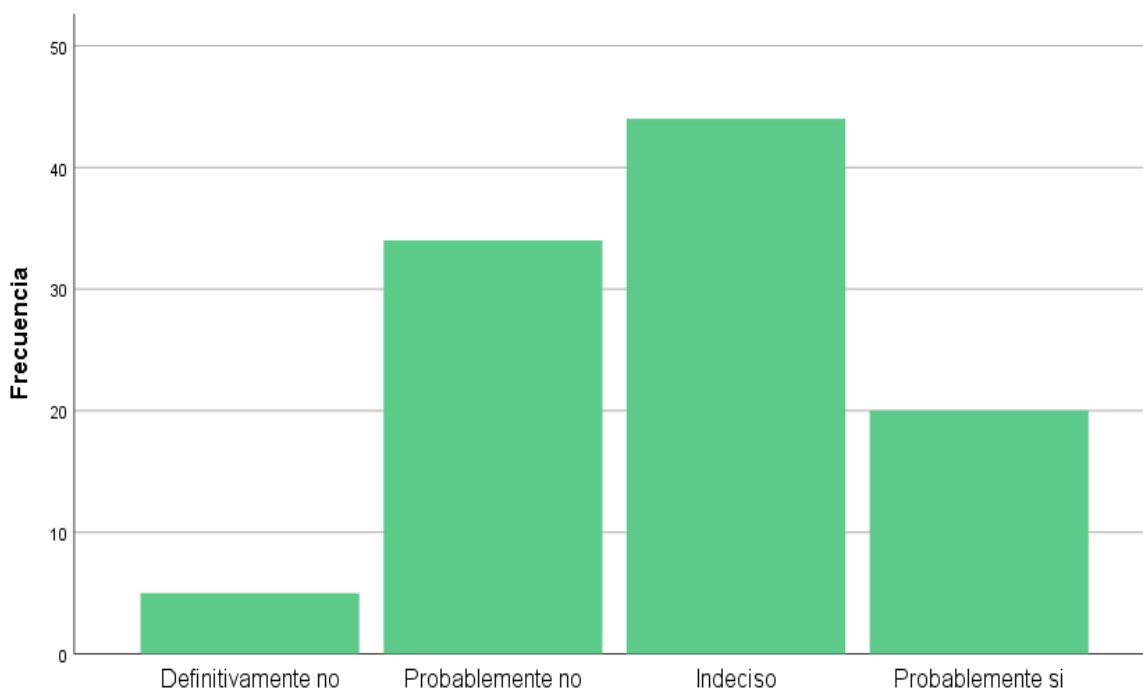
Como se ve en la gráfica, la gran parte de los encuestados está de acuerdo con que la retroalimentación sea aplicable a las actividades que realicen los miembros de la organización, ya que por lo general la retroalimentación es como un control en el cual se desarrolla lo que son tareas, actividades o productos que son implementados mediante la supervisión.

11. ¿Cree que la empresa dispone de un sistema de auditoría para controlar y verificar el uso del presupuesto destinado a la innovación?

Tabla 14 SISTEMA DE AUDITORIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	5	4,9	4,9	4,9
	Probablemente no	34	33,0	33,0	37,9
	Indeciso	44	42,7	42,7	80,6
	Probablemente si	20	19,4	19,4	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 12



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

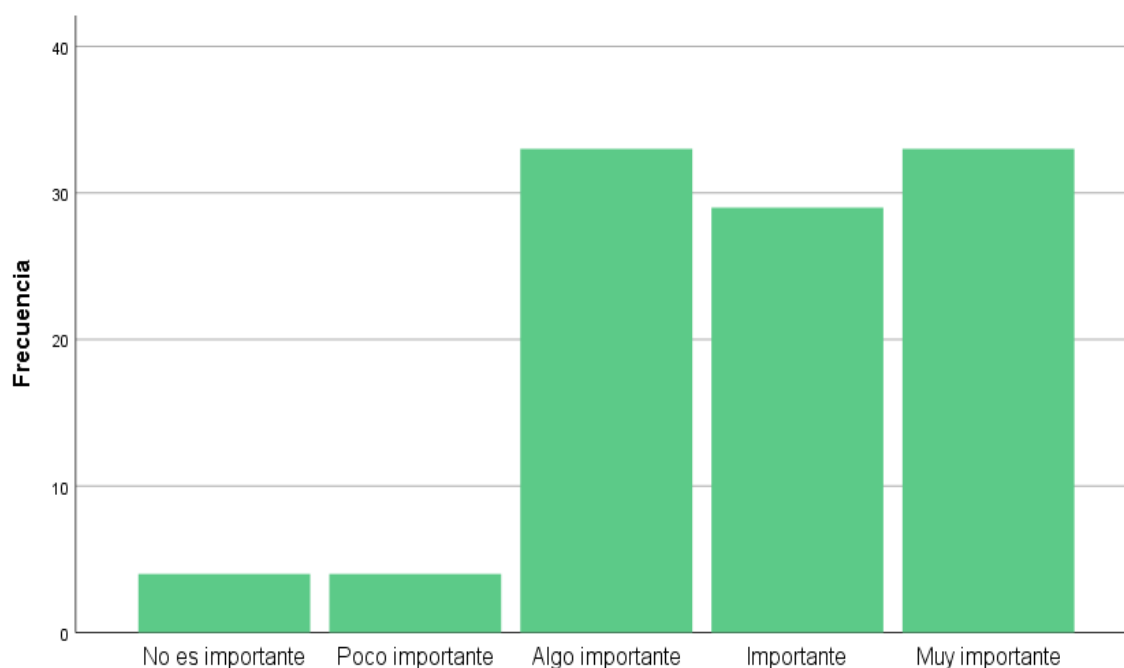
La mayoría indicó que están indecisos con la pregunta, ya que ellos como comerciantes no saben ese tipo de información, y el único que pueda saber cómo tal es el administrador ya que es la cabeza principal del centro comercial Jorge Cepeda Jácome y es el único que pueda obtener dicha información.

12. ¿Considera importante que agreguen nuevos productos al mercado en respuesta a la demanda de los clientes?

Tabla 15 NUEVOS PRODUCTOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	4	3,9	3,9	3,9
	Poco importante	4	3,9	3,9	7,8
	Algo importante	33	32,0	32,0	39,8
	Importante	29	28,2	28,2	68,0
	Muy importante	33	32,0	32,0	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 13



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

Como se puede observar la cuarta parte de los comerciantes indico que es algo importante que se agreguen nuevos productos al mercado, mientras que la otra parte indico que es muy importante, ya que si se agrega nuevo producto al mercado podría llamar la atención de los clientes externos, al ver más variedad de lo que son los productos.

13. ¿Qué medios publicitarios utiliza para dar a conocer su negocio?

Tabla 16 MEDIOS PUBLICITARIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Publicidad en medios impresos	1	1,0	1,0	1,0
	Publicidad online	59	57,3	57,3	58,3
	Publicidad boca a boca	43	41,7	41,7	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 14

Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

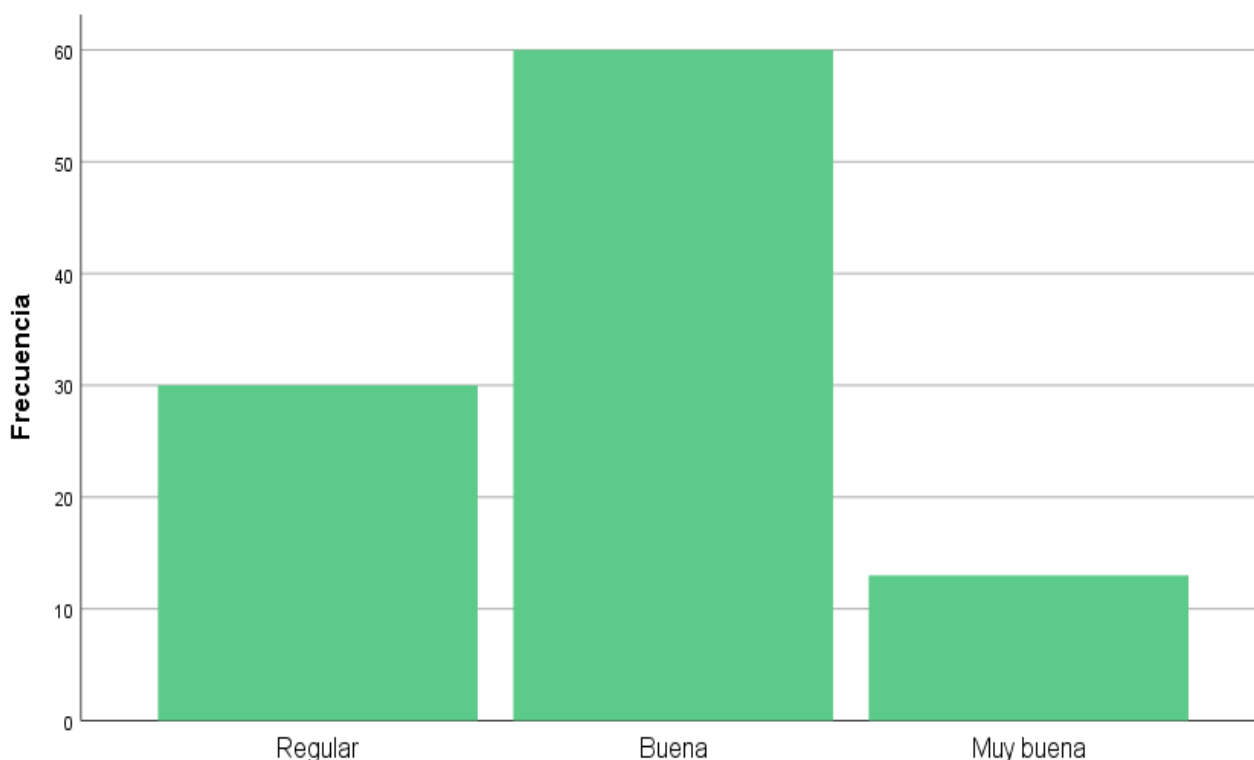
La mayoría utiliza la publicidad online, como ya se mencionó en una pregunta anterior ellos usan las redes como WhatsApp y Facebook y por lo general es más factible para ellos dar a conocer sus productos de manera online por lo que es para todo el mundo o para todo tipo de persona, pero la publicidad boca a boca nunca dejaría de pasar de moda ya que es una estrategia más para que las personas o los clientes externos vayan a comprar o a conocer el mercado.

14. ¿Cuál es la percepción que tienen los comerciantes por los servicios que le ofrece la administración?

Tabla 17 SERVICIOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	30	29,1	29,1	29,1
	Buena	60	58,3	58,3	87,4
	Muy buena	13	12,6	12,6	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 15



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

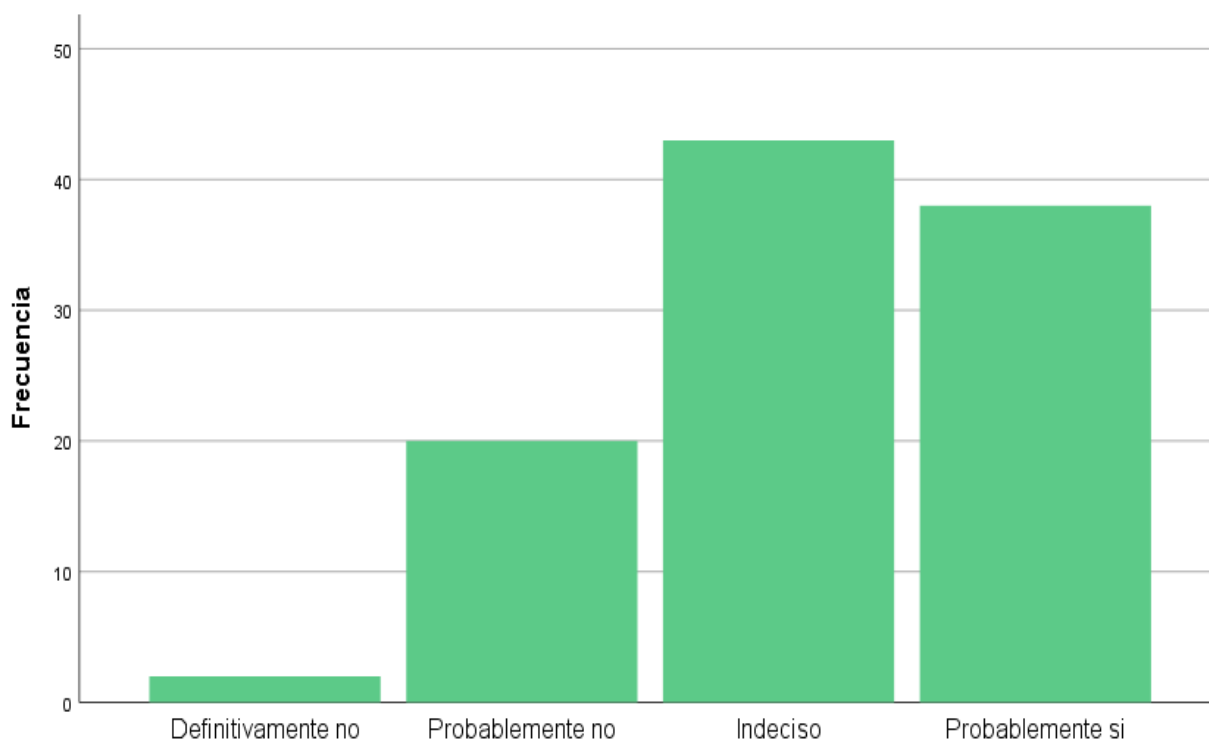
Se evidencia que la mayor parte de los comerciantes tienen una buena percepción de los servicios que le ofrece la administración aunque a veces demore en llegar, por lo que necesitan la autorización de los principales de la municipalidad, pero le ofrecen los mejores servicios para que ellos puedan laborar a gusto en sus puesto de trabajo.

15. ¿Considera que la empresa ha implementado nuevos modelos de negocios que le permitan captar nuevos clientes?

Tabla 18 MODELOS DE NEGOCIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente no	2	1,9	1,9	1,9
	Probablemente no	20	19,4	19,4	21,4
	Indeciso	43	41,7	41,7	63,1
	Probablemente si	38	36,9	36,9	100,0
	Total	103	100,0	100,0	

Figura 16



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

La mayoría está indecisa con la pregunta ya que no se sabe si el centro comercial Jorge Cepeda Jácome ha implementado o implementará nuevos modelos de negocios que le permitan captar nuevos clientes en el mercado, ya que para poder lograr este objetivo debe pasar por un proceso con la municipalidad.

16. ¿Cada qué periodo de tiempo se ha llevado a cabo capacitaciones a los clientes internos?

Tabla 19 CAPACITACIONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Anualmente	103	100,0	100,0	100,0

Figura 17



Nota: Encuesta a los comerciantes del Mercado

En general todos dijeron anual por que la última capacitación que tuvieron fue antes de la pandemia y desde ese entonces no han sabido nada de capacitaciones, y no se sabe y ni sabrían si volverán a tener otro tipo de charlas para que ellos puedan orientarse y ampliar sus conocimientos, habilidades y así mismo sus aptitudes.

Discusión

El administrador quien fue la persona entrevistada coincidió en que el desempeño de la organización depende de la preparación y motivación de los directivos. Un gerente mal capacitado o poco motivado puede tomar malas decisiones que pueden causar estragos en una organización, desde pérdidas financieras hasta empresarios desmoralizados.

El liderazgo ilustrado, hábil y psicológicamente equilibrado es esencial para el éxito organizacional. Asimismo, el entrevistado indico que la administración del mercado debe responder con rapidez a las solicitudes de los comerciantes. El administrador está obligado a satisfacer todas las necesidades de los comerciantes y solucionar todos los problemas que se presenten, siempre y cuando también este a su alcance, pero aun así hace hasta lo posible para que los comerciantes estén satisfechos con la manera de dirigirse el hacia ellos o por su manera de laboral dentro de la empresa.

Pero una respuesta rápida lo cual esperan los comerciantes carece, en el significado de lo que es cualquier respuesta. La respuesta eficaz de la dirección cumple con los requisitos de tiempo del centro comercial Jorge Cepeda Jácome. Pero esto se hace ofreciendo un buen servicio. Por lo tanto, la respuesta rápida requiere una gestión eficaz capaz de ejecutar planes integrales para la mejora de todos los procesos internos de la organización. Estos procesos a menudo están interconectados, por lo que la ausencia de un eslabón en la cadena de servicio puede causar retrasos significativos en la respuesta a las necesidades de un comerciante. Respuesta rápida significa un proceso rápido, eficiente, eficaz y ágil.

Un proceso administrativo es un conjunto de etapas o pasos para solucionar un problema administrativo, donde encontramos problemas de organización, dirección, la solución a este problema es un buen plan, una investigación previa y un objetivo muy claro para que el proceso transcurra de manera fluida como sea posible. Como bien lo menciona Lazo & Macas en su tesis en el 2018 indica que en sus resultados de entrevista se pudo recopilar información sobre cómo la empresa realiza actualmente los procesos administrativos y de mercadeo, donde se han identificado tipos de deficiencias. Por otra parte, los procesos administrativos de la empresa permiten tomar acciones serias en las diferentes etapas de los diversos procesos con el fin de lograr las metas empresariales.

La esencia del trabajo en equipo es cooperar entre sí para lograr un objetivo común en las organizaciones, el trabajo en equipo descubre y resuelve problemas, por lo que el centro comercial “Jorge Cepeda Jácome”, administrador y comerciantes deben trabajar en equipo para descubrir la causa del problema y encontrar la solución más certera para todo el sistema. Como lo indica Díaz en su artículo científico en el 2015 que los trabajadores muestran un mayor nivel de cooperación en sus grupos de trabajo. Ya que existe un mayor compromiso con las diversas actividades realizadas, se identifican con el trabajo de la organización y la visión del gerente de la empresa. El trabajo en equipo es un impulso psicológico para la mejora, la producción y el rendimiento financiero.

Otro factor que incide en la mejora del nivel de gestión del mercado es la comunicación, entendida como el arte de entender a los demás y hacerse entender por los demás. En el mercado, la comunicación es fundamental para garantizar el trabajo en equipo y adaptar las operaciones a las necesidades del consumidor.

La operación efectiva en la organización es deficiente sino existe una comunicación efectiva. El éxito en el mercado depende de que la administración satisfaga a los comerciantes, les brinde servicios de calidad y cree condiciones psicológicas y materiales en las que se sientan constantemente motivados para hacer un gran trabajo.

Un proceso administrativo es un conjunto de etapas o pasos para solucionar un problema administrativo, donde encontramos problemas de organización, dirección, la solución a este problema es un buen plan, una investigación previa y un objetivo muy claro para que el proceso transcurra de manera fluida como sea posible

El último factor es que los comerciantes saben que carecen de un programa de capacitación, la última y única vez que recibieron capacitación se realizó antes de la pandemia y como se sabe las capacitaciones es muy importante para ellos como comerciante, porque la empresa tiene como objetivo ampliar conocimientos, habilidades, aptitudes y comportamiento de cada uno de ellos.

En resumen, se puede decir que la administración es un conjunto de actividades que se realizan para dirigir una organización mediante la realización de un conjunto de tareas, recursos y esfuerzos cuya capacidad de coordinación también dirige las acciones y diversas actividades que se realizan en la empresa.

Como se pudo observar y analizar en los resultados los administradores ya sea el administrador del mercado o de la municipalidad podrían efectuar varias funciones en la gestión de la organización.

En este caso se detallara algunas de las funciones que podrían efectuarse, tal cual una de ellas es el

- ✓ Desarrollar e implementar políticas, reglas y procedimientos
- ✓ Supervisar la ejecución del presupuesto de la organización en tal caso que exista.
- ✓ Implementar programas de capacitación para los comerciantes.
- ✓ El administrador es él quien se encarga de la organización, dirección y control de los recursos de que dispone la empresa, incluyendo humanos, materiales, financieros, técnicos y tecnológicos.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los comerciantes para trabajar de manera efectiva y también que ellos satisfagan las necesidades de los clientes internos y externos.
- ✓ Proporcionar los recursos necesarios para la empresa y así poder lograr efectivamente todos sus objetivos.
- ✓ El administrador dio a conocer que en realidad si existen planes de mejoramiento o innovación en la empresa, basándose al mejoramiento se hacen los respectivos mantenimientos en el mercado
- ✓ El alcalde tomo medidas en la municipalidad, para que así el de la orden de realizar las respectivas actividades y que el mercado pueda incrementar las ventas, y propongan más variedad de productos.
- ✓ En el centro comercial Jorge Cepeda Jácome es importante dividir las actividades que realizan los trabajadores y ajustar las habilidades de cada comerciante para realizar sus tareas de acuerdo a las habilidades, formación y experiencia de cada empleado, esto permitirá a la organización coordinar mejor sus actividades.
- ✓ Un proceso administrativo ineficiente que busca influir en la planificación futura mediante acciones predeterminadas en el presente.

Conclusiones

- ✓ Se pudo analizar que se puede tener certeza de la existencia de factores en la gestión que inciden negativamente en la contribución a la innovación del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, debido a que se cuenta con una estructura organizacional, pero al momento de ellos querer hacer un cambio o innovar en sus puestos de trabajo, primero deben esperar a que los principales de la municipalidad le den una orden o el permiso para que ellos procedan hacer dicha actividad.

- ✓ Se diagnosticó pocas falencias sobre la gestión administrativa dentro de la organización, una de ellas es sobre la capacitación a los comerciantes ya que la única y última vez que se aplicó la capacitación para ellos fue antes de la pandemia, desde ese entonces se está programando recibir más charlas porque estas son fundamentales para ampliar sus conocimientos.

- ✓ Se identificó estrategias para el mejoramiento del mercado y para la innovación, las estrategias de mejoramiento fueron los mantenimientos de alcantarillado, eléctrico y estructurales, mientras que para la innovación según el administrador como comentó en la entrevista que es un proceso complejo poder innovar, ya que dependen de las órdenes que den en la municipalidad.

- ✓ Al término de este estudio, se puede concluir que el aporte de la administración a la innovación en este caso sería el control administrativo del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, ya que como los procedimientos organizacionales influyen en la base de la competitividad y en la mejora del crecimiento económico, cultura empresarial, gestión del conocimiento e innovación organizacional.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que cada persona en si tiene el derecho de innovar, porque al fin y al cabo ellos están pagando por el alquiler de su puesto de trabajo para vender su producto o servicio y si ellos tienen un plan en su mente, como mejorar su puesto o agrandarlo un poco más, ya que uno de los problemas de cada comerciante es que trabajan estrechamente y el reclamo de ellos es innovar en sus puestos donde laboran, cada persona tiene derecho a hacerlo, pero como se mencionó en la primer conclusión, deben esperar por una autorización de la municipalidad.

- ✓ Se recomienda realizar las capacitaciones más seguidas para los comerciantes ya sea semanalmente o mensualmente, por lo que las capacitaciones son algo fundamental para ellos como trabajadores, ya que en si estas son acciones formativas que debe realizar el centro comercial Jorge Cepeda Jácome con el objetivo de ampliar los conocimientos, las habilidades, aptitudes y conductas de los comerciantes en su lugar de trabajo.

- ✓ Se recomienda que todos ya sea el administrador como los comerciantes, deberían tener en mente estrategias de innovación para el mercado, hay diversidades de innovaciones no solo basarse al mejoramiento, ya que eso en si es una obligación por parte de la municipalidad, pero al momento de innovar le dan la capacidad a la persona de expresarse libremente sobre qué tipo de estrategias quiera innovar dentro o fuera del mercado y así poder ejecutar sus actividades planeadas.

- ✓ Se recomienda realizar controles frecuentes sobre las acciones asignadas para detectar posibles errores, permitir realizar correcciones a través de la conservación y el control, reducir riesgos e implementar estrategias que faciliten oportunidades de mercado y que así se evidencie en el desarrollo del negocio.

Bibliografía

Ánge, E. O. (2017). Obtenido de <https://docplayer.es/156112462-La-gestion-administrativa-y-calidad-de-atencion-del-usuario-de-la-municipalidad-de-san-juan-de-lurigancho-2017.html>

ARROYO, R. P. (2019). Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/7-nuevos-modelos-de-negocio-en-el-2020#:~:text=Un%20modelo%20de%20negocio%20es,forma%20vas%20a%20generar%20ingresos.>

Asamblea nacional de la republica de Ecuador. (2020). LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. *Capítulo I*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Bastidas, J. A. (2019). *Fundamentos para la redacción de objetivos en los trabajos de investigación de pregrado* (Vol. 43).

Bungacho, A. *Instituto para el Desarrollo Social y de las Investigaciones Científicas*.

CALLE, F. V. (2020). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/52549/1/TESIS-AVILES%20%20OCHOA%20%20LISTA%20Y%20APROBADA-convertido.pdf>

Carmen, P., & Quintana, J. (2021). Importancia del Modelo de Gestión Empresarial para las. *Revista ENFOQUES*, 4(16).

Celis, F. A. *La comunicación como parte del proceso administrativo*.

Chiavenato, I. INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL. *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL*. McGraw-Hill.

Codigo del trabajo. (2012). codigo del trabajo. *CONGRESO NACIONAL*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de 10 de 2008). Constitución de la Republica del Ecuador. (No. 449), 216. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Diana Katuska Peña Ponce, M. R. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *recimundo*, 120-131.

Dumont, J. R. (2015). Gestión administrativa. La confianza en el lugar de trabajo. *Grin*, 21.

ECUADOR, C. D. *ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO*.

Federico Marcó, H. A. (2016). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*.

Galán, J. S. (2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-nuevo-producto.html#:~:text=El%20desarrollo%20de%20un%20nuevo,o%20actualizaci%C3%B3n%20de%20uno%20anterior.>

García, A. (2016). Obtenido de <https://cdigital.uv.mx/handle/123456789/40984>

García, A. M. *Política*.

Grudemi, E. *Organización formal*.

Guachamboza, B. N., & Romero, C. J. (2016). *LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS MUNICIPALES (GADM) DE TUNGURAHUA*.

Guevara, A. (2018). Obtenido de <https://es.slideshare.net/Angel9514/slideshare-12813710>

Ivette Flores Jiménez, R. F. *Sistemas Organizacionales*.

LASSO, G. *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador*.

Ley organica de economia popular y solidaria. (2011). Ley organica de economia popular y solidaria. *Republica del Ecuador asamblea nacional* , 48. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>

Machuca, F. (2022). Retroalimentación en una empresa: ¿qué es y cómo se debe realizar?

Mora Aristega, J. E. (2018). Imagen corporativa y gestión administrativa; factores fundamentales de éxito empresarial. *Revista De Producción, Ciencias E Investigación*, 1(5), 3–9.

Mora Aristega, J. H. (2017). *Imagen corporativa y gestión administrativa; factores fundamentales el éxito empresarial*.

Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 50-69.

Muñoz, M. O. *INNOVACIÓN EN EL MARKETING*.

NACIONAL, E. C. (2021). LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL
CONSUMIDOR., (pág. 29).

Nina, B. H. (2020). *El Liderazgo*.

Nina, B. H. *El Liderazgo*. Instituto IDEMA.

Oleg, R. (2020). Strategizing as Function of Administrative Management.

International Scientific Conference Strategic Management and Decision.

Palomar, A. *Motivación del acto administrativo*.

PORTAL, E. D. “*LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL INSTITUTO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO – CAJAMARCA,
2018*”. UNIVERSIDA PRIVADA DEL NORTE.

Ramos Guzmán, J. Y. (2018). *Auditoria Administrativa : Sistemas de la auditoria
administrativa en el sector público*.

Ramos Guzmán, Josselyn Yamileth y Sánchez Dinarte, Silvio Jose.

RAQUEL, L. C. (2018). Obtenido de

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28047/1/Propuestas-de-Mejoras-
en-Gestion-Administrativa-en-la-empresa-Modermueble-S.A.-Ciudad-de-
Guayaqui.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28047/1/Propuestas-de-Mejoras-en-Gestion-Administrativa-en-la-empresa-Modermueble-S.A.-Ciudad-de-Guayaqui.pdf)

Riquelme, M. *Proceso Administrativo: Sus 4 Etapas, Fases y Características*. WEB
Y EMPRESAS.

Rodríguez, S. H. *ADMINISTRACION*. Catedrático de la Facultad de Contaduría y
Administración Universidad Nacional Autónoma de México.

Rojas Melgarejo, E. A. (2019). Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52852/Rojas_MEASD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruth Yadira Sumba Bustamante, K. L. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*.

Schumpeter, J. A. (2018). Obtenido de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006

Schumpeter, J. A. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por

Schumpeter. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006

TORRENT-SELLENS, J. (2019). Obtenido de

https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_373/elem_3018/definicion.html

Valdés, G. (2020). Obtenido de

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/cips/20120823042336/gonza4.pdf>

Valencia, S. M., Ramírez, J. M., & Sampieri, R. H. *Complejidad y dinámica, la necesidad de considerarlas en la evaluación organizacional*.

Velázquez, B. (2016). La Gestión administrativa y Financiera, Una Perspectiva

desde los Supermercados del Cantón Quevedo. *Revista empresarial*, 15-20.

Vergara, I. M. *LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS COMO HERRAMIENTAS
DE CONTROL INTERNO DE UNA ORGANIZACIÓN.*

Villeda, J. L. *Actividades de Control: COSO Parte 1.*

Westreicher, G. *Estrategia.*

APÉNDICE

Apéndice 1 Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Gestión administrativa y la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón La Libertad, año 2022.	Formulación del problema ¿Cómo contribuye la gestión administrativa en la innovación de negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón La Libertad?	Objetivo General Analizar como contribuye la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, en el cantón La Libertad	V1 Gestión Administrativa	Planeación	Objetivos	Enfoque Cuantitativo Cualitativo Alcance Descriptiva Métodos Inductivo Analítico Población Locales del centro comercial Jorge Cepeda Jácome 412 Muestra 103 comerciantes y el Administrador Instrumentos Guía de entrevista Cuestionario de Preguntas
					Políticas	
					Estrategias	
				Organización	Organización formal	
					Estructura organizacional	
					Manual de procedimientos	
				Dirección	Liderazgo	
					Comunicación	
					Motivación	
				Control	Actividades de control	
					Retroalimentación	
					Sistema de auditoría	

	<p>Sistematización del problema</p> <p>* ¿Cuál es la situación actual de los negocios y emprendimientos en cuanto la administración en el centro comercial Jorge Cepeda Jácome?</p> <p>* ¿Cuáles son las estrategias de innovación para los negocios el centro comercial Jorge Cepeda Jácome propuesto por sus integrantes?</p> <p>* ¿Cuál es el aporte de la gestión administrativa en la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>* Diagnosticar la gestión administrativa y de innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad.</p> <p>* Identificar las estrategias de innovación para los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome.</p> <p>* Determinar el aporte de la gestión administrativa en la innovación de los negocios de centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad.</p>	<p>V2</p> <p>Innovación</p>	<p>Innovación de productos/servicios</p>	<p>Incorporación de nuevos productos al mercado.</p>			
				<p>Innovación organizacional</p>	<p>Servicios adicionales.</p>	<p>Modelos de negocios</p>		
					<p>Sistemas organizacionales</p>			

Apéndice 2 Cronograma de actividades



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

		PERÍODO ACADÉMICO 2022-2																				
		2022								2023												
		NOVI				DICIEM				ENERO				FEBRERO				MARZ				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16				CIERRE PAO 2022-2	
No.	Actividades planificadas	31Oct-5Nov.	7-12	14-19	2	28Nov-3Dic	5-10	12-17	19-23	26-30	2-7	9-14	16-21	23-28	30En-4Feb	5-11	13-18	20-25	27Feb-4Mar	6-11	13-17	FECHA
1	Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:																					
2	Introducción																					
3	Capítulo I Marco Referencial																					
4	Capítulo II Metodología																					
5	Capítulo III Resultados y Discusión																					
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																					
7	Certificado Antiplagio																					
8	Entrega de informe por parte de los tutores																					Hasta el 23 de enero
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																					Hasta el 27 de enero
10	Entrega de oficios a los																					
11	Revisión y calificación de los																					
12	Informe de los especialistas																					Hasta el 17 de
13	Entrega de archivo digital del																					
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																					2y3 Marzo (8/1)-6y7 Marzo(8/2)

15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																						10 de Marzo
16	Ingreso de calificaciones en SIA																						
17	Creación de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del año 2022																						
18	Entrega de Informe final del docente Guía al Director																						17 de Marzo

Apéndice 3 Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EMPRESAS**



ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS SIGUIENTES PERSONAS:

- a) Administrador del centro comercial Jorge Cepeda Jácome

Tema: Gestión administrativa y la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón la libertad, año 2022.

Objetivo: Analizar la gestión administrativa en función del diagnóstico situacional que contribuya a la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad.

Estimado participante: Este cuestionario ha sido desarrollado con fines de investigación universitaria. Por lo tanto, le agradezco de antemano su generosa participación en completar la siguiente información y responder las preguntas de esta encuesta. La información que nos proporciona es completamente confidencial y anónima, una vez más muchas gracias por su colaboración.

Datos Generales

Edad: _____

Sexo: Masculino

Femenino

1. **¿Considera usted que el desempeño de la organización depende de la capacitación y motivación de los administradores? ¿Por qué?**

2. **¿Existen planes de mejoramiento o innovación en el centro comercial “Jorge Cepeda Jácome” a favor de los comerciantes?**

- 3. ¿Cómo es la estructura organizacional del centro comercial? ¿cuáles son sus aspectos positivos?**
- 4. ¿Cuáles son las redes sociales que emplea para que los clientes externos conozcan de los productos o servicios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome?**
- 5. ¿Qué estrategia realizaría desde su rol de administrador, que le permitan asegurar la innovación en el centro comercial?**
- 6. ¿Existe dentro del centro comercial una eficiente gestión Administrativa?**
- 7. ¿Se ejecutan planificaciones dentro del centro comercial para cumplir con las metas y objetivos? ¿Cuáles son?**
- 8. ¿Los comerciantes reciben motivación empresarial dentro del centro comercial?**
- 9. ¿Qué medios publicitarios usted utiliza para dar a conocer los productos o servicios del centro comercial?**
- 10. ¿Sabe de las promociones que usan los comerciantes para su producto o servicio? ¿Cuáles son?**

Apéndice 4 Cuestionario



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EMPRESAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JACOMÉ

Tema: Gestión administrativa y la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome, cantón la libertad, año 2022.

Objetivo: Analizar la gestión administrativa en función del diagnóstico situacional que contribuya a la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jácome en el cantón La Libertad.

Estimado participante: Este cuestionario ha sido desarrollado con fines de investigación universitaria. Por lo tanto, le agradezco de antemano su generosa participación en completar la siguiente información y responder las preguntas de esta encuesta. La información que nos proporciona es completamente confidencial y anónima, una vez más muchas gracias por su colaboración.

Datos Generales

Edad: _____

Sexo: Masculino Femenino

17. ¿Considera usted que el administrador ha definido objetivos y así mismo estrategias con enfoque innovador en su planeación estratégica?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

18. ¿Considera que el centro comercial se tiene definida políticas para la innovación en su planeación?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

19. ¿Cuándo ha habido quejas por parte de los comerciantes la administración del mercado pone atención y repara el inconveniente?

Siempre

Casi siempre

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

20. ¿Considera importante que el centro comercial tenga definida una estructura organizacional que facilite la implementación de la innovación?

Muy importante

Importante

Algo importante

Poco importante

No es importante

21. ¿Cómo considera que es el estilo de liderazgo basado en el uso de la autoridad dentro del mercado?

Excelente

Mala

Muy buena

Buena

Regular

22. ¿Considera usted que quienes administran el mercado municipal escuchan la voz de los comerciantes como elemento fundamental en la toma de decisiones?

Siempre

Rara vez

Casi siempre

Nunca

Frecuentemente

23. De todas las redes sociales existentes, ¿Cuál es la red más rentable para su negocio?

WhatsApp

Facebook

Instagram

Tik Tok

Otros

24. ¿Considera usted que el administrador del mercado motiva a los comerciantes para trabajar en equipo?

Siempre

Casi siempre

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

25. ¿Considera usted que en la organización se aplican los tipos de controles adecuados para el cumplimiento de las actividades que se realizan en la misma?

Siempre

Casi siempre

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

26. ¿Está de acuerdo con que el proceso de retroalimentación es aplicable a las actividades que realizan los miembros de la organización?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

27. ¿Cree que el centro comercial dispone de un sistema de auditoría para controlar y verificar el uso del presupuesto destinado a la innovación?

Definitivamente si

Probablemente no

Probablemente si

Definitivamente no

Indeciso

28. ¿Considera importante que agreguen nuevos productos al mercado en respuesta a la demanda de los clientes?

Muy importante

Importante

Algo importante

Poco importante

No es importante

29. ¿Qué medios publicitarios utiliza para dar a conocer su negocio?

Publicidad en medios impresos

Publicidad online

Radio

Publicidad boca a boca

Ninguna de las anteriores

30. ¿Cuál es la percepción que tienen los comerciantes por los servicios que le ofrece la administración?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

31. ¿Considera que el centro comercial ha implementado nuevos modelos de negocios que le permitan captar nuevos clientes?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

32. ¿Cada qué periodo de tiempo se ha llevado a cabo capacitaciones a los clientes internos?

Semanalmente

Anualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Mensualmente

Apéndice 5 Aprobación del tema



**Facultad de
Ciencias Administrativas**
Administración de Empresas

UPSE

La Libertad, 28 de octubre de 2022

Licenciado
José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
Director de la Carrera Administración de Empresas
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
En su despacho.-

De mi consideración:

Estimado director, en atención al Memorando 405 JXTU - CAE - 2022 informo a usted que, una vez realizada la revisión y análisis, por parte de tutor y especialista, de la propuesta de investigación para el trabajo de titulación del estudiante **LINO PANIMBOZA JENNIFER ANDREA**, del paralelo 8/1, denominado **"GESTIÓN ADMINISTRATIVA E INNOVACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JACOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022"**, se ha considerado cambiar el título del mismo por: **"GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JACOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022"**.

Por lo antes expuesto, solicito comedidamente la aprobación del tema modificado.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Profesor Tutor

Profesor Especialista

Lic. Freddy Tigrero, MSc.

c/c Comisión de titulación CAE
Archivo

28/10/22

Apéndice 6 Solicitud carta aval



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio N° 050-JXTU-ADE-2023
La Libertad, 11 de enero de 2023

Señor
Víctor Valdivieso Córdova
ALCALDE GAD LA LIBERTAD
En su despacho. -

Reciba un cordial saludo de parte de la Carrera de Administración de Empresas, esperando que sus funciones se realicen con el éxito de siempre.

Es grato dirigirme a usted para poner en conocimiento que he recibido solicitud de la señorita Lino Panimboza Jennifer Andrea, con cédula de ciudadanía N° 2450516428, estudiante de la carrera de Administración de Empresas; que manifiesta la posibilidad de desarrollar el Trabajo de Integración Curricular con el tema "**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN EN LOS NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JÁCOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022.**" en la institución que acertadamente usted representa, motivo por el cual respetuosamente elevo mi petición, para que mediante una CARTA AVAL ratifique la aceptación de parte vuestra en brindar las facilidades para el desarrollo del estudio y a su vez autorice para que sea publicado en la página de la UPSE, el resumen del trabajo práctico.

Por la atención que brinde a la presente, anticipo agradecimientos y me suscribo de usted.

Atentamente,



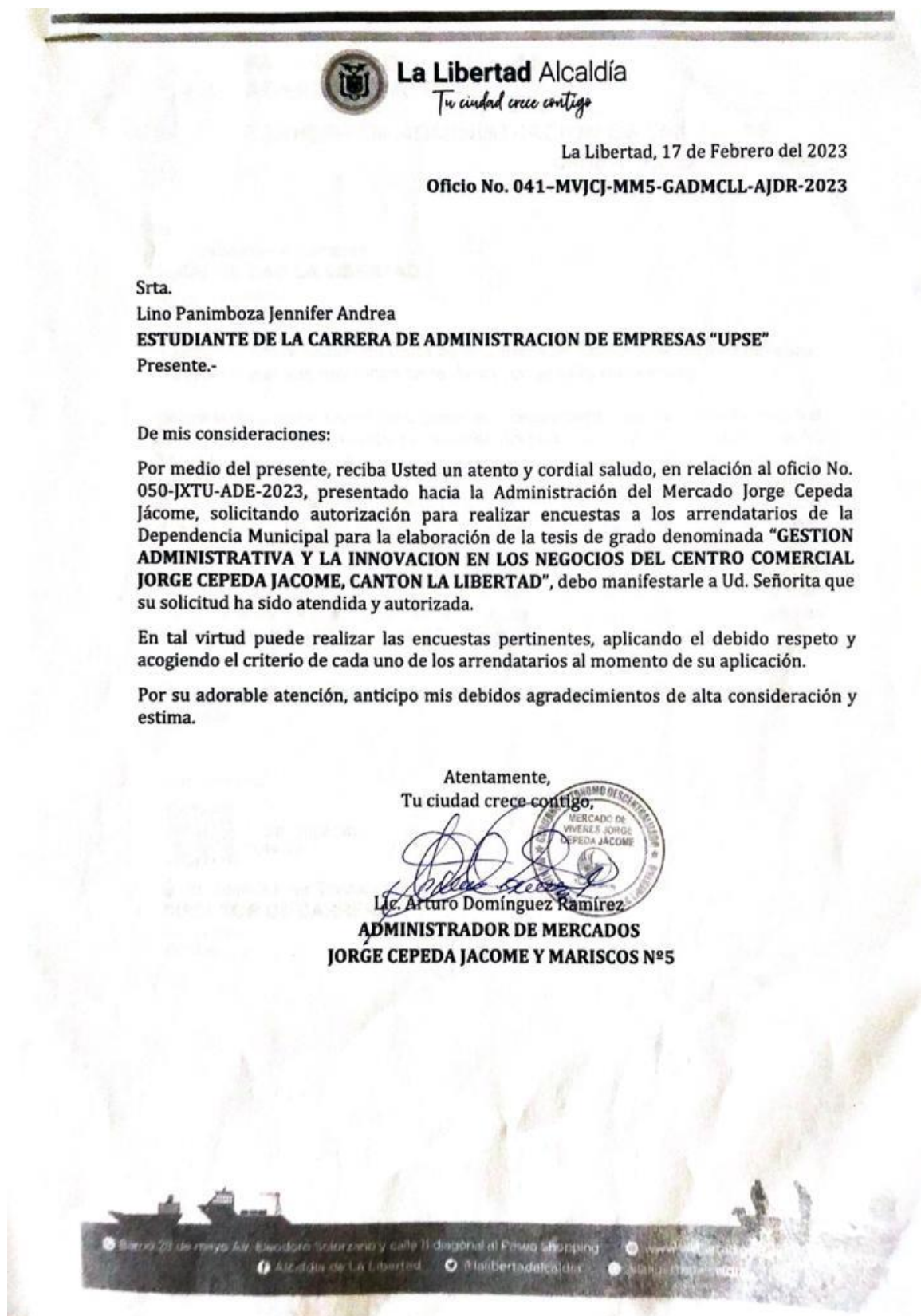
FORMADO + la telefonía móvil por
**JOSE XAVIER
TOMALA**

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
C.c. Archivo
JXTU/ss.



[Handwritten signature]
05-01-2023
RECEBIDO EN
VICERRECTORÍA DE
VICERRECTOR JORGE
CEPEDA JÁCOME

Apéndice 7 Aprobación carta aval



Apéndice 8 Solicitud validación de instrumentos

**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

La Libertad, 30 enero de 2023

Ingeniera:
Vélez García Gladys María, MSc.
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Lino Panimboza Jennifer Andrea** con C.I. 2450516428, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **"Gestión Administrativa y la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jacome, cantón La Libertad"**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Ing **Vélez García Gladys María, MSc.** Adjunto la matriz tanto de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.


C.I.: 2450516428

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 9 Validación de instrumentos



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Gestión Administrativa y la innovación de los negocios del centro comercial Jorge Cepeda Jacome, cantón La Libertad" planteado por el estudiante Lino Panimboza Jennifer Andrea, doy por validado los siguientes formatos presentados.

1. Encuesta.
2. Entrevista.

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 30 enero de 2023

Ing. Vélez García Gladys María, MSc.

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Apéndice 10 Evidencia de tutorías



Apéndice 11 Entrevista al Administrador



Apéndice 12 Encuesta a los Comerciantes



Apéndice 13 Certificado de Gramatólogo

La Libertad, 27 de febrero de 2023

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Magister Pedro Holger Vera Tomalá. Certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido del trabajo cuyo tema es **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA INNOVACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL CENTRO COMERCIAL JORGE CEPEDA JACOME, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2022”**, elaborado por la estudiante Lino Panimboza Jennifer Andrea, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magister en Educación, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su trabajo previo a la obtención del Título de Licenciada y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente



MSc. Pedro Holger Vera Tomalá