



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y PRODUCTIVIDAD EN
CONFECCIONES CHOOPERS DE LA COMUNA MONTEVERDE,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**

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

AUTOR:

GINGER TATIANA GONZALEZ ORRALA

LA LIBERTAD – ECUADOR

FEBRERO – 2023

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, "Planeación Estratégica y productividad en confecciones Choopers de la comuna Monteverde, provincia de Santa Elena, año 2022 elaborado por el/la Sr. Ginger Tatiana Gonzalez Orrala, 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



Ing. Libi Caamaño, MSc

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “Planeación Estrategica y Productividad en confecciones Choopers de la comuna monteverde, provincia de santa elena, 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, Ginger Tatiana Gonzalez Orrala con cédula de identidad número 2400280257 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.


.....

Ginger Tatiana Gonzalez Orrala

C.C. No.: 2400280257

Agradecimientos

A través de este trabajo, deseo expresar mis más sinceros agradecimientos a los dueños y trabajadores de Choopers, por su colaboración en la recopilación de información para este estudio.

Agradezco también al Lic. Eduardo Pico, a la Ing. Libi Caamaño, la Ing. Divar Castro y la Ing. Sabina Villón, quienes, con sus conocimientos, paciencia y supervisión, fueron un elemento clave para el desarrollo y finalización de este trabajo de investigación.

A mis padres, Eleno González y Rosa Orrala, quienes son mi principal motivación e inspiración, les dedico este logro. Gracias a su esfuerzo, apoyo y motivación, hoy estoy culminando una de las etapas más importantes de mi formación académica.

Mis hermanos y hermanas son un pilar importante en mi vida, por lo que les estoy profundamente agradecido por todo el amor y apoyo que me brindaron durante este proceso. Sin sus consejos y apoyo, no habría sido posible culminar este trabajo tan significativo.

Quiero agradecer también a mis amigos de la universidad, con quienes compartí esta bonita experiencia, quienes siempre encontraron las palabras correctas para motivarme y brindarme su apoyo.

En resumen, este trabajo es una muestra del amor y apoyo incondicional de aquellos que han estado a mi lado durante todo el proceso. Les estoy eternamente agradecido.

Ginger Gonzalez Orrala

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis seres queridos que han sido mi principal fuente de apoyo y motivación a lo largo del tiempo. En primer lugar, a mis padres Eleno González Villao y Rosa Orrala Reyes, quienes con su amor, esfuerzo y dedicación han sido mi pilar en los momentos difíciles y me han alentado a no rendirme.

Agradezco también a mis hermanos, quienes han estado a mi lado incondicionalmente, brindándome apoyo moral y económico para seguir adelante con mi formación académica.

No quiero olvidarme de mis amigas, quienes me brindaron su apoyo moral y compañía en este proceso, y a mi novio, quien estuvo allí a mi lado todo el tiempo, acompañándome en cada paso.

Este trabajo es un testamento al amor y apoyo incondicional de aquellos que han estado a mi lado en todo momento. Les estoy eternamente agradecido y los quiero mucho.

Ginger Gonzalez Orrala

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tómalá Uribe, Mgtr.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lic. Eduardo Pico Gutiérrez Mgtr.

PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Libi Carol Caamaño López, Mgtr.

PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Gisella Villón Perero, Mgtr.

PROFESOR GUIA DE LA UIC

Lic. Sandra Saltos Burgos

SECRETARIA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	11
Summary	12
Introducción	13
Capítulo I. Marco referencial.....	23
Revisión de literatura.....	23
Desarrollo de teorías y conceptos.....	29
Planeación estratégica.....	29
Productividad laboral.....	36
Fundamentos legales.....	44
Constitución de la República del Ecuador.....	44
Reglamento General a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	
Capítulo IV.....	44
Fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios.....	44
Código de comercio, (2019).....	45
Capítulo II. Metodología.....	46
Diseño de investigación.....	46
Métodos de la investigación.....	46
Método inductivo.....	47
Método analítico.....	47
Población y muestra.....	47
La muestra.....	48
.....	49
.....	49
Recolección y procesamiento de los datos.....	49
Capítulo III. Resultados y discusión.....	51
Análisis de los datos.....	51
Análisis de las encuestas aplicadas a los colaboradores.....	54

Discusión.....	78
Conclusiones.	81
Recomendaciones.....	82
Apéndice 1	83
Apéndice 2. Formato de entrevista.....	85
Apéndice 3. Bosquejo de las encuestas aplicadas a los colaboradores.....	87
Apéndice 4. Formato de encuesta aplicadas a clientes de la empresa confecciones Choopers.....	90
Apéndice 5. Evidencias del desarrollo del trabajo de investigación.....	92
Apéndice 6. Carta aval.	94
Apéndice 7. Certificado de validación de instrumentos.....	95
Apéndice 8. Ficha de informe de opinión de expertos.....	96
Apéndice 9. Cronograma de trabajo.....	97
Bibliografía	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Los resultados de la siguiente tabla muestra el porcentaje de viabilidad que tienen los instrumentos empleados en el desarrollo de la presente investigación	49
Tabla 2 Filosofía organizacional.....	54
Tabla 3 Fortaleza.....	55
Tabla 4 Percepción de los empleados.....	56
Tabla 5 Políticas.....	57
Tabla 6 Estímulos y motivación.....	58
Tabla 7 Sistema informático.....	59
Tabla 8 Relación.....	60
Tabla 9 Inducción.....	61
Tabla 10 Elementos necesarios.....	62
Tabla 11 Funciones de trabajo.....	63
Tabla 12 Precio.....	64
Tabla 13 Compra de mercadería.....	65
Tabla 14 Filosofía organizacional.....	66
Tabla 15 Tiempo.....	67
Tabla 16 Nivel de calidad.....	68
Tabla 17 Atención al cliente.....	69
Tabla 18 Asesoramiento.....	70
Tabla 19 Precio de los competidores.....	71
Tabla 20 Tiempo de la empresa.....	72
Tabla 21 Satisfacción.....	73
Tabla 22 Grado de desarrollo.....	74
Tabla 23 Personal de ventas.....	75
Tabla 24 Promociones.....	76
Tabla 25 Redes sociales.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Filosofía organizacional.....	54
Figura 2 Fortaleza.	55
Figura 3 Percepción de los empleados.	56
Figura 4 Políticas.	57
Figura 5 Estímulos y motivación.	58
Figura 6 Sistema informático.	59
Figura 7 Relación.	60
Figura 8 Inducción.	61
Figura 9 Elementos necesarios.....	62
Figura 10 Funciones de trabajo.	63
Figura 11 Precio.	64
Figura 12 Compra de mercadería.	65
Figura 13 Filosofía organizacional.....	66
Figura 14 Tiempo.....	67
Figura 15	68
Figura 16 Atención al cliente.	69
Figura 17 Asesoramiento.	70
Figura 18 Precio de los competidores.	71
Figura 19 Tiempo de la empresa.	72
Figura 20 Satisfacción.....	73
Figura 21 Grado de desarrollo.....	74
Figura 22 Personal de ventas.....	75
Figura 23 Promociones.	76
Figura 24 Redes sociales.....	77

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1 Evidencias de entrevista.....	92
Imagen 2 Evidencia de encuesta.	92
Imagen 3 Evidencia de encuestas de los colaboradores de Choopers.....	93
Imagen 4 Evidencia de encuestas a los colaboradores.....	93



**Planeación Estratégica y productividad en confecciones Choopers de la comuna
Monteverde, provincia de Santa Elena, año 2022**

AUTOR:

Ginger Tatiana Gonzalez Orrala

TUTOR:

Ing. Libi Carol Caamaño Lopez

Resumen

La planeación estratégica es esencial para el desarrollo y gestión de una empresa, ya que permite identificar tanto sus fortalezas como debilidades y aplicar estrategias para convertirlas en oportunidades que conduzcan a resultados positivos. Además, la planeación estratégica es importante tanto para la parte interna como externa de una organización, y las empresas que consideran todos los aspectos que tienen un mayor potencial de éxito. En el caso específico de la microempresa de confecciones Choopers en la comuna Monteverde, el presente estudio tiene como objetivo analizar los componentes de la planeación estratégica que contribuyen a la productividad identificando los recursos necesarios en confecciones Choopers de la comuna Monteverde. Se emplearon metodologías, descriptiva, cualitativa, cuantitativa, deductiva e inductiva, para obtener una visión completa de la situación actual de la empresa. A través del análisis interno y externo de la microempresa, se diagnosticó su situación actual en términos de planeación y productividad. Este tipo de análisis proporciona información valiosa sobre las fortalezas y debilidades de la empresa, así como también las oportunidades y amenazas que enfrenta en su entorno. Como resultado se constató que la empresa cuenta con una planeación estratégica empírica, lo que sugiere que hay margen de mejora en este aspecto. Al aplicar estrategias más efectivas y basadas en evidencia, la microempresa de confecciones Choopers puede mejorar su productividad y lograr un mayor éxito en el mercado. En conclusión, la planeación estratégica es fundamental para el éxito de cualquier empresa, y en particular para las microempresas que enfrentan desafíos y limitaciones únicas. Al analizar cuidadosamente su situación actual aplicando estrategias efectivas, las microempresas pueden mejorar su productividad y lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

Palabras claves: Planeación estratégica, procesos, productividad



**Strategic Planning and productivity in Choopers confections of Monteverde,
Santa Elena province, 2022**

AUTHOR:

Gonzalez Orrala Ginger Tatiana

TUTOR:

Lcd. Libi Carol Caamaño Lopez

Summary

Strategic planning is essential for the development and management of a company as it allows for the identification of both its strengths and weaknesses, and the application of strategies to turn them into opportunities that lead to positive results. Additionally, strategic planning is important for both the internal and external aspects of an organization, and companies that consider all aspects have a greater potential for success. In the specific case of the Choopers clothing microenterprise in the Monteverde commune, this study aims to analyze the components of strategic planning that contribute to productivity by identifying the necessary resources in Choopers clothing in the Monteverde commune. Descriptive, qualitative, quantitative, deductive, and inductive methodologies were used to obtain a complete view of the current situation of the company. Through the internal and external analysis of the microenterprise, its current situation in terms of planning and productivity was diagnosed. This type of analysis provides valuable information about the strengths and weaknesses of the company, as well as the opportunities and threats it faces in its environment. As a result, it was found that the company has an empirical strategic planning, suggesting that there is room for improvement in this aspect. By applying more effective and evidence-based strategies, the Choopers clothing microenterprise can improve its productivity and achieve greater success in the market. In conclusion, strategic planning is fundamental to the success of any company, particularly microenterprises that face unique challenges and limitations. By carefully analyzing their current situation and applying effective strategies, microenterprises can improve their productivity and achieve long-term sustainable growth.

Keywords: Strategic planning, processes, productivity.

Introducción

La creación de una empresa es un proceso que puede ser motivado por diferentes razones, desde la búsqueda de una oportunidad de negocio, hasta la realización de un sueño personal. Independientemente de las razones que motivan la creación de una empresa, es importante tener en cuenta que todas o en su gran mayoría están ligadas a una herramienta fundamental, la planeación estratégica que es una herramienta clave para la gestión empresarial que ayuda a definir la dirección de la empresa y a tomar decisiones informadas y efectivas.

Este trabajo de titulación se centra en la planeación estratégica y productividad en confecciones Choopers de la comuna Monteverde, provincia de Santa Elena, año 2022. Su objetivo es analizar cómo la planificación estratégica puede mejorar la productividad laboral en la empresa. La investigación busca identificar los factores que afectan la productividad y proponer estrategias para mejorar el desempeño y el desarrollo de la empresa. Esto hace que el estudio sea importante ya que permitirá obtener información valiosa a través del diagnóstico situacional.

La planeación estratégica y la productividad laboral son dos elementos clave para el éxito de cualquier empresa, especialmente en la industria textil a nivel nacional. La planeación estratégica se refiere a la elaboración de un plan a largo plazo que guía a la organización en la toma de decisiones y acciones para lograr sus objetivos a largo plazo. Por otro lado, la productividad laboral se refiere a la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos humanos para producir bienes y servicios de calidad.

En la industria textil, la planeación estratégica es fundamental para garantizar la supervivencia de la empresa a largo plazo y su capacidad para adaptarse a los cambios en el mercado y la competencia. La planificación estratégica permite a las empresas de la industria textil identificar sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del mercado. Esto les permite establecer metas realistas y desarrollar estrategias efectivas para alcanzarlas.

Por otro lado, la productividad laboral es fundamental para la competitividad de la industria textil a nivel nacional. Una mayor productividad significa que las empresas pueden producir más bienes con menos recursos, lo que les permite reducir sus costos y precios.

La industria textil es uno de los sectores económicos más importantes de Ecuador, la planeación estratégica y la productividad laboral son factores cruciales para su éxito y competitividad en el mercado nacional e internacional. La planeación estratégica se refiere a la elaboración de un plan a largo plazo que guía a la organización en la toma de decisiones y acciones para lograr sus objetivos a largo plazo. Por otro lado, la productividad laboral se refiere a la eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos humanos para producir bienes y servicios de calidad.

En la industria textil de Ecuador, la planeación estratégica es crucial para la supervivencia de las empresas a largo plazo y su capacidad para enfrentar los desafíos del mercado. La planificación estratégica permite a las empresas identificar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, así como las amenazas y desafíos que enfrentan en el mercado. Esto les permite establecer metas realistas y desarrollar estrategias efectivas para alcanzarlas.

Por otro lado, la productividad laboral es esencial para la competitividad de la industria textil ecuatoriana. Una mayor productividad significa que las empresas pueden producir más bienes con menos recursos, lo que les permite reducir sus costos y precios. Además, una mayor productividad puede mejorar la calidad de los productos, lo que a su vez puede mejorar la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca.

La planificación estratégica y la productividad laboral están estrechamente relacionadas en la industria textil de Ecuador. La planificación estratégica puede ayudar a las empresas a identificar las áreas donde se puede mejorar la productividad laboral, y a desarrollar planes de acción para implementar mejoras en estas áreas.

Por ejemplo, la planificación estratégica puede identificar oportunidades para invertir en tecnología o capacitación para mejorar la eficiencia de los trabajadores.

En resumen, la planeación estratégica y la productividad laboral son factores clave para el éxito y la competitividad de la industria textil de Ecuador. La planificación estratégica permite a las empresas de la industria textil anticipar y responder a los cambios del mercado, mientras que la productividad laboral mejora la competitividad de la industria y garantiza la eficiencia en la producción de bienes y servicios.

En la provincia de Santa Elena, ubicada en la costa suroeste de Ecuador, el sector textil se encuentra en pleno auge. A pesar de que la mayoría de las unidades productoras trabajan de forma artesanal, su calidad y creatividad son inigualables. En el cantón La Libertad, los sastres y modistas han unido sus fuerzas para satisfacer la creciente demanda de ropa personalizada, lo que ha generado un gran impacto en la economía local.

En la comuna Valdivia, se encuentra la cooperativa de producción textil artesanal más importante de la zona: Punto Ecuador. Esta cooperativa fue creada en el año 2007 con el apoyo del MIES y desde entonces se ha destacado por su gran labor social y su compromiso con la comunidad. La cooperativa cuenta con varios artesanos altamente calificados en la confección de diferentes prendas de ropa, quienes trabajan con materiales de alta calidad y con una gran creatividad para elaborar prendas únicas y exclusivas.

Confeccionan ropa interior de hombre y mujer, ropa de baño, pantalones, blusas, camisas de hombre, buzos y chaquetas formales e informales, así como en la elaboración de sombreros de paja toquilla y calzado de hombre y mujer. La producción textil en la provincia de Santa Elena se lleva a cabo en pequeña escala. Además, las empresas de la región se esfuerzan por utilizar materiales de alta calidad en la confección de sus productos, lo que les permite ofrecer prendas duraderas y resistentes a los clientes.

Dentro de cada empresa, las metas están establecidas como un reto para alcanzar sus objetivos, pero para lograr esto se debe de hacer uso de varios recursos, como la mano de obra, que es considerada un capital humano que ayuda a mejorar el desempeño de las labores. Estas deben ser encaminadas hacia una mejor productividad, por lo que se determina que la productividad laboral se dirige más al buen manejo y rendimiento de los recursos para evitar déficit y alcanzar los niveles de producción, haciéndola más eficaz y eficiente.

La comuna Monteverde de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, se dedica a la confección de uniformes escolares y ropa para empresas de alta calidad. Además, brinda apoyo a las artesanas principiantes para desarrollar sus habilidades en la industria textil mediante programas de capacitación y proporcionando las herramientas necesarias para la autogestión en la asociación.

El **planteamiento del problema**, se basa en la planeación estratégica interna de la empresa, ya que esta es un pilar fundamental. En años anteriores, estas instituciones se veían inmersa en muchos cambios administrativos y tecnológicos, lo que conllevaba a que varias de estas dejaran de estar en el mercado por malas tomas de decisiones por parte de la gerencia. La falta de definición en su misión y visión incidía mucho en su productividad laboral, la misma que se veía afectada con un bajo rendimiento en sus empleados por no existir una correcta guía jerárquica que les permitiera trabajar correctamente.

A nivel nacional, varias empresas tienden a ser exitosas y competitivas, y varias de estas están encaminadas a realizar objetivos y estrategias para alcanzar su éxito empresarial. Otras buscan procedimientos empíricos, lo que conlleva a darle un lugar a la planeación estratégica para un buen desarrollo de la productividad laboral. Sin embargo, estas deben contener políticas y procedimientos que las guíen en su misión y visión, lo que le permitirá guiar ordenadamente a los mandos gerenciales, ayudando así una correcta toma de decisiones.

A nivel global, existen varias problemáticas comunes que se presentan dentro de la planeación estratégica como:

Deficiente alineación, a menudo, los objetivos estratégicos de una empresa no están alineados con los objetivos de la organización en su conjunto, lo que dificulta la implementación de la estrategia; insuficiente claridad, a veces, los objetivos estratégicos no son suficientemente claros o específicos, lo que dificulta medir el progreso y el éxito.

Es posible que el escaso compromiso de los empleados ocasione que no estén alineados con las estrategias empresariales, lo que dificulta su implementación y el alcance o cumplimiento de los objetivos; por otra parte, la ausencia de flexibilidad, en muchas empresas dificulta el adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado o en el entorno.

A menudo, las empresas no cuentan con los recursos necesarios para implementar la estrategia, incluyendo personal, tecnología y finanzas; insuficiente monitoreo, muchas empresas no monitorean adecuadamente el progreso de la estrategia, lo que dificulta la identificación y corrección de problemas.

En Ecuador, la planeación estratégica ha resultado ser un instrumento primordial utilizada en organizaciones públicas y privadas. La correcta aplicación les ha dado a estos resultados positivos, convirtiéndolos en grandes competidores y posicionándolos dentro del mercado. En particular, la industria textil tiene sus raíces en la fabricación de hilos y telas. Originalmente, la industria se centraba en el procesamiento de lana, luego algodón, y actualmente se está adoptando el uso de fibras sintéticas.

En la industria textil en Ecuador, la planificación estratégica puede ser un factor clave para mejorar la productividad laboral y la competitividad de las empresas. Actualmente, muchas empresas del sector textil tienen problemas para mantenerse en el mercado debido a la competencia de productos extranjeros y la falta de inversión en tecnología y capacitación de sus trabajadores, la formación de los trabajadores, la ausencia de un clima laboral positivo, el uso ineficiente de los recursos.

La aplicación de la planificación estratégica puede ayudar a estas empresas a establecer objetivos claros y medibles, identificar las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas, y desarrollar estrategias efectivas para alcanzar sus objetivos. Esto puede incluir la diversificación de productos, la mejora de la calidad, la inversión en tecnología y maquinaria moderna, así como la capacitación y motivación de los trabajadores.

Además, la aplicación de la planificación estratégica puede contribuir a mejorar la satisfacción y motivación de los trabajadores, lo que a su vez puede aumentar la productividad laboral. Esto se puede lograr mediante la definición clara de los roles y responsabilidades de los trabajadores, la participación activa de los empleados en el proceso de planificación y toma de decisiones y la implementación de incentivos y programas de capacitación y desarrollo profesional.

En conclusión, la planificación estratégica es una herramienta fundamental para mejorar la productividad laboral en la industria textil ecuatoriana. A través de la identificación de los factores que afectan la productividad y la implementación de estrategias claras y bien definidas, las empresas pueden mejorar su eficiencia en la producción y fomentar la innovación y el desarrollo de nuevos productos. Es importante que las empresas del sector textil ecuatoriano consideren la implementación de la planeación estratégica dentro de las empresas.

La microempresa confecciones CHOOPERS, se ha convertido en un negocio dinámico y en constante crecimiento en los últimos cuatro años gracias a su dedicación a la confección, comercialización y distribución de prendas de vestir. Su capacidad de adaptarse a las tendencias de la moda y los cambios culturales ha sido fundamental para su éxito y consolidación en el mercado.

Sin embargo, la falta de una estructura definida en su planificación estratégica ha ocasionado diversos problemas que han afectado significativamente su productividad laboral. Para mejorar su rendimiento y aumentar su rentabilidad, es fundamental que la empresa implemente una planificación estratégica más estructurada y realice un análisis interno y externo exhaustivo.

Además, se ha identificado que la falta de comunicación y colaboración entre las diferentes áreas de la empresa ha sido un obstáculo para la toma de decisiones y la implementación del plan estratégico. Por lo tanto, para mejorar la productividad laboral, es esencial que la empresa fomente una cultura de colaboración y comunicación abierta y efectiva.

Además, la falta de recursos y la capacitación inadecuada pueden tener un impacto negativo en la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la empresa, lo que podría afectar su reputación y competitividad en el mercado. Por lo tanto, es esencial que la empresa invierta en el desarrollo de su equipo y en los recursos necesarios para implementar su plan estratégico, a fin de mejorar su productividad laboral y su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

En una reunión previa con el gerente, se identificó otro posible obstáculo: la escasa comunicación y colaboración dentro de la empresa. Según sus comentarios, a menudo las distintas áreas de la organización no trabajan de manera coordinada para alcanzar los objetivos empresariales, lo cual dificulta la toma de decisiones y la implementación del plan estratégico.

Es importante destacar que la insuficiente asignación de recursos y la falta de capacitación pueden ser problemas recurrentes en las empresas. Sin un equipo bien preparado, preferiblemente compuesto por miembros de distintas disciplinas, y sin los recursos necesarios, puede resultar complejo diseñar e implementar un plan estratégico efectivo.

La **formulación del problema** presenta la principal interrogante de la investigación:

¿En qué medida la planeación estratégica contribuye a mejorar la productividad laboral en confecciones Choopers de la comuna Monteverde, provincia de Santa Elena?

Del mismo modo, la **sistematización del problema** se focaliza en identificar las causas fundamentales que originan la problemática en confecciones Choopers de la comuna Monteverde.

¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual en la empresa confecciones Choopers de la comuna Monteverde?

¿Cuáles elementos de la planeación estratégica aportan a la productividad de confecciones Choopers?

¿Qué estrategias contribuirán a la productividad de la empresa confecciones Choopers?

El **objetivo general** de la investigación es, ampliar el conocimiento y comprensión sobre un tema específico, en la cual tenemos lo siguiente:

Analizar los componentes de la planeación estratégica que contribuyen a la productividad identificando los recursos necesarios en confecciones Choopers de la comuna Monteverde.

Como **objetivos específicos** tenemos los siguientes que nos aportan y dan seguimiento al objetivo específico.

Diagnosticar la situación actual de la planeación y la productividad mediante un análisis interno y externo en la microempresa confecciones Choopers de la comuna Monteverde.

Identificar los elementos de la planeación estratégica que aporten a la productividad a través del trabajo de campo en confecciones Choopers de la comuna Monteverde.

Discriminar las estrategias idóneas que contribuirán al fortalecimiento de la productividad en base a los resultados del estudio en confecciones Choopers de la comuna Monteverde.

La justificación teórica de una buena planificación es fundamental, ya que refleja el propósito de la administración y establece lo que se debe hacer y cómo se hará. Además, proporciona una visión realista de las acciones futuras y permite un tratamiento consecuente para la toma de decisiones basada en el desempeño y la productividad de la organización. Una planificación estratégica bien estructurada ayuda a establecer objetivos claros y alcanzables, y proporciona una guía para la asignación efectiva de recursos y la toma de decisiones informadas.

En la **justificación teórica** la planificación estratégica es un proceso sistemático y continuo que permite a las empresas y organizaciones alcanzar sus objetivos a largo plazo. Esta planificación implica la identificación de oportunidades, la evaluación de los recursos y la definición de objetivos claros y medibles. La planificación estratégica permite a las organizaciones responder a los cambios en el entorno y aprovechar las oportunidades para mejorar su desempeño.

Por su parte, la productividad laboral se refiere a la relación entre los resultados obtenidos y los recursos utilizados. La productividad laboral es un indicador clave de la eficiencia y eficacia de la organización y permite medir el desempeño de la empresa. Una alta productividad laboral significa que la empresa está utilizando sus recursos de manera efectiva para alcanzar sus objetivos y generar valor.

De hecho, la planificación estratégica y la productividad laboral se retroalimentan mutuamente. Una planificación estratégica efectiva proporciona una dirección clara y definida a los empleados, lo que les permite trabajar de manera más enfocada y con un mayor sentido de propósito. Por otro lado, una alta productividad laboral permite a la empresa lograr sus objetivos más rápidamente y con un menor costo, lo que a su vez puede ayudar a mejorar la planificación estratégica en el futuro.

Una buena planificación estratégica puede ser clave para incrementar la productividad laboral de una empresa, ya que permite una utilización más eficiente de los recursos disponibles. A su vez, una alta productividad laboral puede fortalecer la planificación estratégica al permitir a la empresa identificar áreas de mejora y oportunidades para el crecimiento. De esta forma, la planificación estratégica y la productividad laboral se retroalimentan y contribuyen mutuamente al éxito de la empresa.

En la **justificación práctica** la planificación estratégica y la productividad laboral son elementos claves para garantizar el éxito y la competitividad de una empresa de confección de ropa como Choppers. Aquí hay algunas justificaciones prácticas sobre cómo la planificación estratégica y la productividad laboral pueden impactar positivamente a la empresa.

Mejora de la eficiencia: La planificación estratégica permite identificar y priorizar los objetivos a largo plazo de la empresa, y establecer estrategias para lograrlos. Además, la planificación estratégica ayuda a identificar áreas de ineficiencia y oportunidades de mejora, lo que puede llevar a una mayor productividad laboral y una empresa más eficiente.

Mejora de la calidad: La productividad laboral se refiere a la relación entre los resultados y los recursos utilizados para lograrlos. Al mejorar la productividad, se puede lograr una mayor eficiencia y calidad en la producción de ropa, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente fortaleciendo la reputación de la marca.

El aumento de las ganancias es un objetivo clave para cualquier empresa, y para lograrlo, es necesario implementar estrategias efectivas que aumenten la eficiencia y la productividad laboral. La planificación estratégica es fundamental para establecer objetivos claros y definir las acciones necesarias para alcanzarlos. Al mismo tiempo, la mejora de la productividad laboral implica la adopción de prácticas y herramientas innovadoras para optimizar los procesos de producción y aumentar la calidad de los productos.

Mejora la motivación y el compromiso de los empleados: La planificación estratégica y la productividad laboral pueden mejorar la motivación y el compromiso de los empleados al proporcionar un sentido de dirección y propósito en la empresa. Además, al mejorar la eficiencia y la calidad de la producción, los empleados pueden sentir un mayor sentido de logro y satisfacción en sus trabajos.

En resumen, la planificación estratégica y la productividad laboral son elementos claves para el éxito y la competitividad de una empresa de confección de ropa como Choopers. La planificación estratégica permite identificar y priorizar objetivos a largo plazo, mientras que la productividad laboral puede mejorar la eficiencia, la calidad y las ganancias de la empresa. Al combinar ambos aspectos, Choopers puede fortalecer su posición en el mercado y asegurar su éxito.

La **idea a defender** de este trabajo en la empresa confecciones Choopers tiene como finalidad demostrar mediante investigaciones que la planeación estratégica influirá en la productividad laboral, determinando acciones correctivas en su personal administrativo y colaboradores. Les proporcionará herramientas que estén direccionadas a los procesos, el mejoramiento y rendimiento en su productividad laboral, alcanzando así el logro de sus objetivos.

Finalmente, este trabajo de investigación está distribuido a partir de la introducción en tres capítulos los cuales cumplen un rol importante dentro de la investigación, debido a que se detallan los siguientes:

La **introducción** describe el tema a tratar, en la cual se establecen los objetivos planteados y se proporciona una visión general de lo que se va a tratar en las siguientes secciones. En esta parte es esencial captar la atención del lector y prepararlo para lo que viene a continuación.

El **primer capítulo**, denominado marco referencial, está compuesto por la revisión literaria, el desarrollo de teorías, conceptos y fundamentos legales. Estos puntos antes mencionados son importantes debido a que constituyen la aportación teórica y el sustento del trabajo realizado.

En el **segundo capítulo**, denominado metodología, se abordarán aspectos fundamentales como el diseño de la investigación, los métodos y técnicas de recolección de datos, la definición de la población y muestra de estudio considerada, así como el análisis y procesamiento de los datos recolectados. En esta parte, se aplicarán técnicas y herramientas para adquirir la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Se explicará detalladamente el enfoque de la investigación, que puede ser cuantitativo, cualitativo o mixto, y se justificará la elección del enfoque utilizado en la investigación. También se describirán las técnicas de muestreo utilizadas y se justificará la selección de la muestra de estudio.

El **tercer y último capítulo**, denominado resultados y discusión, abarcará aspectos como el análisis de los datos recolectados, discusión de los resultados generados, las conclusiones y recomendaciones del tema establecido. En esta última parte del trabajo se responderá a la interrogante planteada al inicio del trabajo y se dará un resultado basado en la información recolectada.

Capítulo I. Marco referencial.

Revisión de literatura.

El estudio de caso de Ciro Gallo (2020) en la evaluación de metodología de planeación estratégica en PYMES del sector confección: estudio de casos, menciona que en medio de la complejidad que enfrentan las pequeñas y medianas empresas en su contexto actual, la evaluación de metodologías de planificación estratégica se ha convertido en una herramienta efectiva para encontrar soluciones estratégicas que les permitan ser más rentables y competitivas. Con este enfoque, este artículo propone evaluar una metodología de planificación en una pequeña empresa del sector de la confección en Antioquia.

El proceso metodológico se llevó a cabo en tres fases: diagnóstico inicial, diagnóstico de variables microeconómicas, macroeconómicas, marco misional y estratégico. La información se obtuvo a través de entrevistas semiestructuradas con empleados, directivos y también se utilizó la observación directa.

Los resultados indicaron que la gestión en la planificación no es la más adecuada y se debe a la falta de conocimiento de un modelo eficiente y al poco interés de los directivos. Además, la evaluación mostró que la herramienta es viable cuando la empresa construye el proceso de planificación. Se identificó que, debido a los constantes cambios que presentan las pequeñas y medianas empresas, es necesario realizar investigaciones longitudinales que permitan diseñar metodologías que se adapten a su estructura actual.

Los modelos de planificación que estén en línea con su contexto real fortalecerán aún más la estructuración administrativa y la generación de ventajas competitivas. La herramienta depende del análisis de factores internos y externos.

En conclusión, esta investigación de Ciro Gallo nos demuestra que la evaluación de metodologías de planificación estratégica es una herramienta efectiva para ayudar a las pequeñas y medianas empresas en el sector de la confección a ser más rentables y competitivas. El proceso metodológico consistió en tres fases, se basó en entrevistas y observaciones. Los resultados indicaron que la gestión en la planificación no es adecuada debido a la falta de conocimiento y poco interés de los directivos de dicha empresa.

El artículo realizado por Hans Silva (2020), “Planteamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del emporio comercial de Gamarra”, menciona que es importante establecer la conexión entre la planificación estratégica y el presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles en el centro comercial de Gamarra. El método utilizado fue la investigación cuantitativa, experimental, transversal y correlacional, con una muestra de 65 micro y pequeñas empresas textiles. La técnica de recopilación de datos fue la encuesta con un cuestionario, y se utilizó la prueba de correlación de Spearman para evaluar la hipótesis y objetivos.

Los resultados indicaron que las micro y pequeñas empresas mostraron un nivel regular en la planificación estratégica (63,1%) y en sus dimensiones: formulación de estrategias (75,4%), implementación de estrategias (60%) y evaluación de estrategias (67,7%), así como en el presupuesto (46,2%). Además, se encontró una relación significativa y directa entre la planificación estratégica ($p=0,001$, $Rho=0,472$) y el presupuesto, así como también entre la dimensión de implementación ($p=0,001$, $Rho=0,489$) y la dimensión de evaluación ($p=0,02$, $Rho=0,371$); sin embargo, no se encontró relación con la dimensión de formulación ($p=0,180$, $Rho=0,168$).

En conclusión, el estudio de Hans Silva en 2020 sobre el planteamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del emporio comercial de Gamarra, demuestra que existe una relación directa y significativa entre la planificación estratégica y el presupuesto en estas empresas. Por lo tanto, es importante que las micro y pequeñas empresas textiles en el emporio comercial de Gamarra, aumenten su efectividad en la planificación estratégica y su presupuesto para mejorar su desempeño y competitividad. Además, la relación más fuerte se encontró entre la implementación y la evaluación de estrategias, lo que sugiere la importancia de llevar a cabo una planificación estratégica efectiva que permita llevar a cabo la implementación de manera adecuada y evaluar los resultados de manera eficiente para así poder tener una buena organización más eficiente dentro de la organización y poder cumplir con todas las metas y objetivos establecidos en la empresa.

Según el artículo “Planificación estratégica para la empresa Lollipop, ubicada en la ciudad Machala, provincia El Oro, Ecuador” (2017), menciona que la planificación estratégica es esencial para el éxito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Es una oportunidad para que las organizaciones se adapten a nuevos retos y mejoren su competitividad en el mercado. El trabajo en cuestión tiene como objetivo formular la planificación estratégica de la empresa Lollipop, con el fin de direccionar y orientar sus actividades a largo plazo.

Se llevó a cabo una exhaustiva investigación a través de la revisión de la literatura sobre la planificación estratégica, mediante el uso de técnicas y herramientas, como el análisis PESTEL, la matriz FODA y la matriz de planeación estratégica cuantitativa (MPEC).

El objetivo estratégico de la empresa Lollipop es introducirse en el mercado de los productos de dulces y confites en Machala a través de una tienda temporal. Se planea desarrollar productos innovadores con valor agregado que satisfagan las necesidades del mercado. Además, se promoverán ventas a través de precios bajos y promociones de paquete, y se realizarán campañas publicitarias en todas las redes sociales y eventos públicos promocionales para dar a conocer la marca y posicionarse dentro del mercado.

Además, la planificación estratégica permite a la empresa Lollipop tener una visión clara, alineada sobre su dirección y objetivos a largo plazo, lo que facilita la toma de decisiones y la implementación de acciones concretas para lograr sus metas. Asimismo, esta planificación estratégica le permite a la empresa identificar y anticipar posibles obstáculos o riesgos, estar preparada para enfrentarlos de manera oportuna y efectiva. También es importante destacar que la planificación estratégica no es un proceso puntual, sino que debe ser un proceso continuo y adaptable a los cambios del entorno, lo que asegura su relevancia y efectividad a lo largo del tiempo.

En este sentido, la aplicación de técnicas e instrumentos como el análisis PESTEL, la matriz FODA y la matriz de planeación estratégica cuantitativa (MPEC), permitió a la empresa Lollipop conocer su situación actual, identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, diseñar estrategias acordes a su contexto. Entre los objetivos estratégicos planteados para la empresa Lollipop, se destaca la introducción en el mercado machaleño de los productos de dulces.

La tesis elaborada por Solís Claudia (2015) titulada "La relación entre la planeación estratégica y la productividad en la empresa Industria Textil del Pacífico S.A., en el distrito de Cercado de Lima en 2015", tuvo como objetivo analizar la

conexión entre la implementación de una estrategia planificada y el rendimiento en el área de producción y confección de la empresa Industria Textil del Pacífico S.A., en la ciudad de Lima. El estudio buscó determinar si una adecuada planificación estratégica tenía un impacto positivo en la productividad de los trabajadores en la empresa.

Para investigar este tema, se utilizó un diseño descriptivo correlacional no experimental con un enfoque cuantitativo, que incluyó la participación de 30 trabajadores del área de producción y confección de la empresa. Se utilizaron dos instrumentos para recolectar los datos: una encuesta y un cuestionario graduado en la escala de Likert. Estos instrumentos fueron validados mediante la técnica de opinión de expertos y el cálculo del alfa de Cronbach, para asegurar su confiabilidad y validez. El objetivo de estos instrumentos fue recolectar información sobre la relación entre la planificación estratégica y la productividad en el área de producción y confección de la empresa.

Los resultados obtenidos mediante el análisis del Coeficiente de Pearson (0.788) indicaron una relación positiva significativa entre la planeación estratégica, la productividad en el área de producción y confección de la empresa. Esto indica que cuanto mayor es el grado de planificación estratégica, mayor es la productividad en el área en cuestión. Por lo tanto, se puede concluir que la hipótesis planteada y el objetivo general del estudio son válidos. Los hallazgos sugieren que una adecuada planificación estratégica tiene un impacto positivo en el rendimiento de los trabajadores en el área de producción y confección de la empresa Industria Textil del Pacífico S.A.

Por lo tanto, los resultados obtenidos en la investigación sugieren que la implementación de una planeación estratégica puede ser una herramienta valiosa para mejorar la productividad de la empresa Industria Textil del Pacífico S.A., en el área de producción y confección, lo que puede contribuir significativamente a su posición en el mercado. En este sentido, se recomienda que las empresas consideren la implementación de una planeación estratégica como parte de sus estrategias de gestión para mejorar su productividad y su posición en el mercado dentro de cada organización que existan en el mundo, por ende tener una mayor eficiencia y eficacia en cada organización.

La tesis elaborada por Edilberto y Maquera (2017) titulada “La planificación estratégica como herramienta de gestión para promover la productividad en la empresa Textil Ocean Evi Sac, del distrito de San Luis – Lima, 2017” aborda la planeación estratégica como un proceso que permite a las organizaciones definir sus objetivos a largo plazo, establecer planes y estrategias para alcanzarlos. Aunque este enfoque ha tenido un gran impulso en las últimas décadas, algunos directivos todavía manejan conceptos encubiertos y rechazan la idea de utilizarlo, mientras que otros están confundidos o ignoran los beneficios que puede aportar.

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo el planeamiento estratégico puede mejorar la productividad de la empresa Textil OCEAN EVI SAC en el distrito de San Luis, Lima, mediante el diagnóstico del macroentorno, el análisis del microentorno y el análisis interno. Para lograr este objetivo, se realizó un estudio explicativo de tipo cuantitativo correlacional, en el cual se utilizó un cuestionario como instrumento de medición y se contó con una muestra de 31 trabajadores.

Los resultados obtenidos a través de la prueba de Hipótesis de Friedman demostraron que la planificación estratégica es una herramienta efectiva para mejorar la productividad de la empresa, sin importar la dimensión considerada (diagnóstico del macroentorno, análisis del microentorno o análisis interno). Esto sugiere que la implementación de un plan estratégico puede generar beneficios significativos para la empresa, al permitirle tener una mejor comprensión de su entorno y de sus capacidades internas, lo que le permite tomar decisiones más informadas y eficaces.

La tesis realizada por Edilberto y Maquera en el año 2017, se enfocó en el uso de la planificación estratégica como una herramienta de gestión para mejorar la productividad de la empresa Textil Ocean Evi Sac, ubicada en el distrito de San Luis, Lima. El objetivo principal de la investigación fue determinar cómo la planificación estratégica, mediante el diagnóstico del macroentorno, el análisis del microentorno y el análisis interno, podría contribuir a mejorar la productividad de la empresa.

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó una metodología cuantitativa correlacional y se contó con una muestra de 31 trabajadores. Los resultados obtenidos a través de la prueba de hipótesis de Friedman demostraron que la planificación estratégica es una herramienta efectiva para mejorar la productividad de la empresa, sin importar la dimensión considerada.

El trabajo de titulación elaborado por Luis y Elizabeth (2012) sobre el sector textil en el Ecuador, titulado "Análisis sectorial de la industria textil ecuatoriana y diseño de un modelo de planeación estratégica para la empresa Modatex S.A.", señala que la industria textil ha sido históricamente importante en Ecuador, pero ha enfrentado desafíos recientes debido a la competencia de productos importados además a la falta de inversiones en modernización y mejora de la tecnología. Sin embargo, algunas empresas, como Modatex S.A., han tratado de mantenerse a la vanguardia mediante la búsqueda de formas para aumentar su competitividad. El estudio se enfoca en analizar el sector textil en Ecuador y diseñar un modelo de planificación estratégica para la empresa Modatex S.A. con el fin de mejorar su posición en el mercado y aumentar su competitividad.

Para lograr una posición sólida en el mercado, alcanzar el crecimiento y el éxito a largo plazo, es crucial que Modatex S.A. establezca una estrategia de planificación precisa y efectiva. Esta estrategia debe incluir un análisis exhaustivo del mercado, la industria, la identificación de objetivos, metas a largo plazo para la empresa, y la definición de acciones específicas para alcanzarlos.

Además, es importante que Modatex S.A. considere el uso de técnicas de análisis y herramientas de planificación estratégica, como el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o el modelo de las cinco fuerzas de Porter, para ayudar a identificar las oportunidades y los desafíos a los que se enfrenta la empresa y formular una estrategia adecuada para aprovecharlos o superarlos.

Por último, es esencial que Modatex S.A. establezca una comunicación clara y efectiva con sus empleados, colaboradores para asegurar una implementación efectiva de la estrategia de planificación y para que todos trabajen juntos hacia el mismo objetivo. Con una estrategia bien diseñada y una implementación efectiva, Modatex S.A. puede alcanzar un crecimiento sostenido y una posición de liderazgo en la industria textil del Ecuador.

Además, es importante que considere el uso de técnicas de análisis y herramientas de planificación estratégica donde tenga una comunicación clara y efectiva con sus empleados y colaboradores para asegurar una implementación efectiva de la estrategia.

Desarrollo de teorías y conceptos.

Planeación estratégica.

Según el autor Rodríguez Trujillo (2018), la planeación estratégica es un proceso organizacional que busca clarificar la misión y visión a largo plazo, permitiendo adaptarse a ambientes cambiantes, lograr eficiencia, eficacia, calidad en la prestación de productos y servicios. No es una solución universal, pero ayuda a desarrollar una visión compartida y enfocar esfuerzos en lograr metas propuestas. Además, la planeación estratégica también permite identificar, evaluar oportunidades, riesgos, así como definir objetivos claros y alcanzables, establecer un plan de acción concreto para lograrlos. De esta manera, la planeación estratégica contribuye al éxito y sostenibilidad a largo plazo de la organización.

De acuerdo con los autores González Millán y Rodríguez Díaz (2020), “La planeación estratégica es un proceso cíclico que comienza con la definición de objetivos corporativos, los cuales se logran a través de estrategias y optimización de los recursos de la organización, mejorando la toma de decisiones de la gerencia”.

Los autores describen la planeación estratégica como un proceso organizacional disciplinado y bien definido, que busca asegurar que la organización tenga una misión y visión clara a mediano y largo plazo. Se destaca que la planeación estratégica es una herramienta poderosa para adaptarse a ambientes cambiantes y lograr eficiencia, eficacia, calidad en la prestación de productos y servicios. Sin embargo, también se menciona que la planeación estratégica no es una solución universal para todos los problemas de la organización. En cambio, ayuda a desarrollar una visión compartida y enfocar los esfuerzos de los miembros de la organización en lograr las metas propuestas.

Filosofía empresarial.

Según el autor Erik De La Parra Paz (1997), la filosofía empresarial consiste en definir las creencias que impulsarán el éxito de la organización, de manera clara y concisa, para que sean comprensibles para todas las partes interesadas, incluyendo accionistas, ejecutivos, empleados, clientes, proveedores y el público en general. Al articular estas creencias, la filosofía empresarial proporciona una guía sólida y consistente para tomar decisiones empresariales y asegurar el éxito a largo plazo.

El autor Carles Sigüenza (2021) menciona que la integración de tus valores en la filosofía empresarial convierte esos valores en parte integral de la cultura y forma de pensar de la empresa. Como resultado, las empresas con una cultura positiva tienden a ser más eficaces y productivas. Al basarse en valores compartidos y un propósito comprensible, la cultura empresarial contribuye a fomentar un sentido de unidad y motivación entre los empleados, lo que se traduce en mejores resultados empresariales.

Ambos autores se enfocan en la importancia de la filosofía empresarial y cómo esta puede contribuir al éxito a largo plazo de una organización. Erik De La Parra Paz enfatiza en la necesidad de definir claramente las creencias que impulsarán el éxito de la organización y hacerlas comprensibles para todas las partes interesadas. La filosofía empresarial proporciona una guía sólida y consistente para tomar decisiones empresariales y asegurar el éxito en el futuro.

Por otro lado, Carles Sigüenza se enfoca en la importancia de la cultura empresarial y la integración de los valores en la filosofía empresarial. Según el autor, las empresas con una cultura positiva basada en valores compartidos, tendrán un mayor éxito y productividad. La cultura empresarial contribuye a fomentar un sentido de unidad y motivación entre los empleados, lo que se traduce en mejores resultados empresariales.

Misión.

Los autores (Banguero Lozano, Carrillo Rodríguez, & Aponte Jaramillo , 2018) mencionan que la misión de la organización es su razón de ser y representa el objetivo más ambicioso hacia el cual se enfocan todos los esfuerzos. Por lo tanto, su definición debe ser el resultado de un proceso participativo en el que estén involucrados todos los miembros de la institución, incluyendo a los líderes en todos los niveles.

El autor enfatiza de manera contundente la necesidad imperante de que la misión sea altamente ambiciosa y destaca la importancia fundamental de un proceso de definición altamente participativo. Estos puntos de vista sugieren claramente que el autor considera que la misión debe ser un objetivo colectivo, compartido y asumido por todos los miembros de la organización. Asimismo, el autor indica que la definición de la misión no debe ser impuesta por los líderes.

Visión.

(Banguero.,et al) (2018) consideran que “La visión es la imagen ideal y factible del futuro de la institución. Es un sueño viable, una utopía que se convertirá en realidad a través de un plan estratégico consistente”.

El autor hace énfasis en que la visión debe ser una imagen ideal y realista del futuro de la institución. Esto sugiere que la visión debe ser ambiciosa, pero al mismo tiempo factible, y que debe ser posible alcanzarla a través de un plan estratégico coherente.

Objetivos.

González Millán y Rodríguez Díaz (2020) afirman que la historia de la compañía se basa en sus valores corporativos, entendidos como las filosofías fundamentales o las obligaciones éticas y morales que la empresa tiene hacia sus stakeholders, especialmente hacia sus clientes (internos y externos), la sociedad y el gobierno donde opera.

Los valores corporativos son la guía moral y ética de la empresa, se refieren a las filosofías fundamentales y las obligaciones que la compañía tiene hacia sus diferentes grupos de interés, incluidos sus clientes internos, externos, la sociedad y el gobierno local. Estos valores son importantes para determinar la identidad y reputación de la compañía, para guiar su comportamiento y decisiones a lo largo del tiempo.

Valores.

El autor Dr. John Townsend (2018) menciona que el valor empresarial de crecimiento continuo está ligado al valor personal del compromiso con el desarrollo. La frase "aprendizaje continuo" es común entre los líderes, reflejando la importancia de mantener el crecimiento de una empresa o correr el riesgo de caer.

El autor destaca la importancia del crecimiento continuo para el éxito empresarial. Él sugiere que el compromiso personal con el desarrollo es un factor crítico para mantener una empresa en crecimiento. Sin un enfoque en el aprendizaje continuo y el crecimiento, una empresa corre el riesgo de caer detrás de la competencia.

Análisis estratégico.

Ventura (2009) nos menciona que “Durante la fase de análisis estratégico, la empresa evalúa su entorno, aprecia sus recursos y establece una clara jerarquía de objetivos a largo plazo, que están alineados con su visión, misión y objetivos explícitos”.

Hiriyappa. B (2019) nos indica que “El análisis estratégico busca encontrar un equilibrio sostenible entre las diversas perspectivas y consideraciones conflictivas dentro de la organización”.

El análisis estratégico es un proceso crucial para el éxito empresarial. La fase de análisis estratégico implica una evaluación exhaustiva del entorno en el que opera la empresa, así como una valoración cuidadosa de sus recursos. La empresa establece entonces una clara jerarquía de objetivos a largo plazo que están alineados con su visión, misión y objetivos explícitos. Según Ventura, este proceso es esencial para establecer una dirección clara para la empresa y asegurarse de que sus esfuerzos se enfoquen en las áreas correctas.

Análisis interno.

Según el autor Pablo Navajo (2009), el diagnóstico interno, también conocido como análisis interno, es una herramienta importante para evaluar el estado actual de una organización. Este proceso se divide en tres componentes principales: diagnóstico financiero, diagnóstico de gestión funcional y diagnóstico estratégico. Juntos, estos componentes permiten identificar las fortalezas y debilidades de la organización, lo que es fundamental para el desarrollo de estrategias efectivas.

Cada uno de estos diagnósticos es importante para obtener una visión completa de la situación de la empresa y definir las áreas de mejoras necesarias. El diagnóstico financiero permite identificar los aspectos críticos en la gestión financiera de la empresa, como la liquidez, la rentabilidad y el endeudamiento. El diagnóstico de gestión funcional, por su parte, se enfoca en la eficiencia, efectividad de los procesos y sistemas de la organización, lo que puede ser crítico para mejorar la productividad y rentabilidad de la empresa. Finalmente, el diagnóstico estratégico es fundamental para evaluar la coherencia, viabilidad de la estrategia actual de la empresa, su capacidad para lograr los objetivos a largo plazo en un entorno cambiante y competitivo.

Análisis externo.

Según el autor Ortiz Anaya (2018), el análisis externo se refiere a la evaluación de la situación de una empresa a partir de información limitada y/o pública. En este tipo de análisis, el analista no tiene acceso a la totalidad de la información de la empresa, por lo que debe depender de la información disponible para hacer su evaluación y extraer conclusiones precisas.

La evaluación de la situación de una empresa basada en la información limitada o pública se conoce como análisis externo, este proceso tiene como objetivo llegar a conclusiones precisas, a pesar de la ausencia de acceso a toda la información de la empresa. Por esta razón, es necesario poseer habilidades analíticas avanzadas para llevar a cabo un análisis externo efectivo.

Formulación de estrategia.

Otro aspecto que Hiriyappa (2019) nos menciona que “El proceso de formulación de estrategias se describe comúnmente como una coincidencia entre las capacidades internas de la empresa y el aprovechamiento de oportunidades externas”.

Según Tarzijan (2018), “La estrategia se inicia con un exhaustivo análisis del entorno empresarial, de los recursos y habilidades disponibles, con el objetivo de determinar cómo aprovecharlos y combinarlos eficazmente para alcanzar los objetivos”.

En ambos enfoques, se hace énfasis en la importancia de conocer el entorno y los recursos internos de la empresa para poder formular una estrategia efectiva. Ambos enfoques enfatizan la importancia de una evaluación cuidadosa de los factores internos y externos en la formulación de estrategias efectivas.

Estrategia.

Según Tarzijan (2018), la estrategia empresarial se divide en dos enfoques principales: estrategia competitiva y estrategia corporativa. La estrategia competitiva evalúa la fuente de la ventaja competitiva, su sostenibilidad a largo plazo y la forma de mejorar la posición en el mercado. Por otro lado, la estrategia corporativa aborda la participación en diferentes negocios, los límites geográficos y verticales de la empresa.

El texto hace una distinción entre dos enfoques principales de la estrategia empresarial: la estrategia competitiva y la estrategia corporativa. La estrategia competitiva se enfoca en la evaluación de la fuente de la ventaja competitiva de la empresa, su sostenibilidad a largo plazo y cómo mejorar su posición en el mercado en relación con sus competidores. Por otro lado, la estrategia corporativa se enfoca en cuestiones más amplias, como la participación en diferentes negocios, la expansión geográfica y los límites verticales de la empresa.

Políticas.

Según Illera e Illera Dulce (2015), la política empresarial se enfoca en explorar las distintas opciones que tiene la empresa para alcanzar su libertad y tomar decisiones que conduzcan a sus objetivos. Busca mejorar la toma de decisiones en la empresa y proporciona planteamientos teóricos que ayuden a configurar adecuadamente cada situación de decisión. La política empresarial busca mejorar la toma de decisiones en la empresa a través del estudio teórico de las opciones disponibles.

En general, la política empresarial se enfoca en mejorar la toma de decisiones en la empresa mediante el análisis de las distintas opciones disponibles y el uso de planteamientos teóricos para orientar adecuadamente cada situación de decisión. Esto busca ayudar a la empresa a alcanzar sus objetivos y aumentar su libertad de acción.

Proyecto.

Según Meza Orozco (2017), un proyecto de inversión es un plan estratégico que, mediante la asignación de capital y los recursos necesarios, tiene como objetivo producir un bien o servicio valioso para la sociedad. Estas acciones se enfocan en mejorar la eficiencia y disponibilidad del producto o servicio en cuestión.

El autor establece con gran precisión que un proyecto de inversión es un plan estratégico que busca mejorar de manera significativa la eficiencia y disponibilidad de un bien o servicio a través de la correcta asignación de capital y recursos. Es importante destacar que el objetivo final de este tipo de proyecto es producir algo de gran valor para la sociedad, generando así un impacto positivo en la comunidad. Además, el autor hace hincapié en la importancia de que el proyecto sea rentable y genere un retorno financiero atractivo para los inversores, lo que permitirá asegurar la sostenibilidad y continuidad del proyecto en el tiempo.

Control estratégico.

Según (Arguello Pazmiño A. M., Llumiguano Poma , Gavilánez Cárdenas , & Torres Ordoñez, 2020), el control es un proceso clave de administración que se aplica en todas las etapas del proceso administrativo. Está estrechamente relacionado con la planificación, la organización y la dirección, permite garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos. Su función es monitorear la correcta implementación de la planificación, el uso eficiente de los recursos materiales y el mantenimiento de un ambiente de trabajo saludable en la organización. Los mecanismos de control se implementan para asegurarse de que las acciones reales se correspondan con las acciones planificadas.

Según Acevedo (2019), la práctica de control consiste en coordinar múltiples procesos con criterios que previenen situaciones adversas al implementar acciones y prevén posibles problemas basándose en indicadores proyectados. El control no es solo un asunto de interés para unos pocos, sino que requiere la colaboración de todos en la organización.

El control es un proceso fundamental en la administración que tiene como objetivo monitorear la implementación de la planificación y garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos. La práctica de control consiste en coordinar procesos y criterios para prevenir situaciones adversas, prever problemas potenciales y requiere la participación de todos en la organización.

Motivación.

(Arguello Pazmiño A. M., Llumiguano Poma , Gavilánez Cárdenas , & Torres Ordoñez , 2020) mencionan que la motivación es el factor que impulsa a una persona a elegir y llevar a cabo una acción entre las opciones disponibles en una situación dada. La motivación es clave para la capacidad de las personas de contribuir efectivamente al esfuerzo colectivo de la organización para alcanzar sus objetivos.

Esta definición sugiere que la motivación es un elemento fundamental para el desempeño individual y colectivo en una organización. La motivación es lo que impulsa a las personas a elegir y llevar a cabo acciones en línea con los objetivos de la organización. Por lo tanto, es importante considerar la motivación en la gestión de una organización.

Seguimiento.

Wulf Betancourd (2018) considera que “El seguimiento permite contrastar cada una de las acciones implementadas con la finalidad de detectar desvíos y así poder ser corregidos a tiempo, lo cual permite comparar que los resultados obtenidos sean consistentes con los resultados proyectados”.

Esta definición sugiere que el seguimiento es un elemento clave en el control de los proyectos y la gestión de programas. Permite a los responsables detectar desviaciones temprano y tomar acciones correctivas para asegurarse de que se estén obteniendo los resultados esperados.

Orientación.

(Osorio Tinoco , Hernández Espallardo , & Rodríguez Orejuela , 2020). La orientación al mercado es esencial en la organización empresarial para lograr un mejor desempeño y es vista como un aspecto crítico en el campo del marketing. Esto fomenta una continua discusión y análisis tanto en las implicaciones teóricas como prácticas de su implementación.

Esta afirmación sugiere que la orientación al mercado es un elemento fundamental en la gestión de una empresa, ya que permite a la organización entender las necesidades, preferencias de sus clientes y ajustar sus estrategias en consecuencia. La orientación al mercado es importante para el éxito de una empresa, su importancia es reconocida en el campo del marketing. Por lo tanto, es transcendental considerar la orientación al mercado en la gestión de una organización para asegurarse de que su desempeño sea el mejor posible.

Productividad laboral.

Según el Departamento de Redacción y Diseño (2020), la productividad en una empresa se define como la relación entre el valor de los bienes, servicios producidos o prestados y el valor de los recursos empleados para fabricarlos o prestarlos, dentro de un período de tiempo determinado. Es un indicador clave de la eficiencia, ya que mide la cantidad de producción obtenida en relación a los recursos utilizados. Un aumento en la productividad, sin aumentar los recursos utilizados o produciendo los mismos bienes y servicios, resulta en una mayor rentabilidad para la empresa.

Según Cárdenas S, (2020), la productividad es esencial para comprender el proceso de crecimiento económico a largo plazo de cualquier economía. Cuando ocurre una mejora tecnológica, es decir, cuando aumenta la productividad, la economía amplía sus posibilidades de consumo sin tener que incurrir en costos adicionales. El aumento de la productividad es uno de los aspectos más importantes para comprender cómo puede crecer el producto por el trabajador y el nivel de vida de los países.

Este texto describe la importancia de la productividad en una empresa. Se define como la relación entre los bienes, servicios producidos y los recursos utilizados para fabricarlos, en un período determinado. Es un indicador importante de la eficiencia, ya que mide la cantidad de producción en relación a los recursos utilizados. Un aumento en la productividad sin un aumento en los recursos utilizados resulta en una mayor rentabilidad para la empresa.

Eficacia.

(Enciso Santocildes, Bengoerxea Alkorta , & Uriarte Zabala , 2021), según los autores mencionan que “El enfoque cooperativo vasco, la eficacia empresarial se percibe como un requisito fundamental para el progreso de proyectos sólidos que involucran tanto a la empresa como a la sociedad, con el objetivo de humanizar tanto la empresa como la economía”.

Estos autores, (Orejuela , Malvezzi, & Peiro, 2020) indican que “La eficiencia organizacional se mide por su capacidad para alcanzar sus objetivos. Desde una perspectiva teórica, se reconoce que no existe un único conjunto de criterios que puedan ser aplicados a todas las organizaciones para evaluar su eficacia”.

El autor destaca de manera enfática que el objetivo principal de esta perspectiva es humanizar la empresa y la economía, lo que sugiere un enfoque más social y ético en la gestión empresarial. Es evidente que, para el autor, la eficiencia empresarial es un factor crucial en el enfoque cooperativo para lograr el éxito de un proyecto, sin embargo, se enfatiza que la eficiencia no debe ser vista como el único objetivo, sino como un medio para lograr un objetivo más amplio y ambicioso, que es la promoción del bienestar tanto de la empresa como de la sociedad en general. Por lo tanto, el autor sugiere que las empresas deben estar comprometidas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.

Ambiente laboral.

Según los autores (Caldas Blanco, Gregorio Arroyo , & Hígalgo Ortega , 2019), “El entorno empresarial es una compleja red de factores externos que inciden en el funcionamiento y desempeño de la empresa, con los que la empresa debe interactuar de manera estratégica para alcanzar sus objetivos y lograr su éxito a largo plazo”.

El ambiente empresarial es un sistema complejo de elementos externos que afectan la operación y desempeño de la empresa. Para alcanzar sus metas y tener éxito a largo plazo, la empresa debe lidiar con ellos de manera estratégica.

Capacitaciones.

Según la autora Alicia Alles (2019), el subsistema de formación es el centro de todas las actividades de aprendizaje y desarrollo en una organización. Abarca desde la planificación cuidadosa de cada experiencia formativa hasta su ejecución efectiva y el monitoreo constante de su progreso. La formación puede ser proporcionada de diversas formas, incluyendo sesiones presenciales, en línea, a través de e-learning y otros medios. Además de adquirir conocimientos, el objetivo principal es desarrollar competencias valiosas para el crecimiento profesional y la mejora continua.

El sistema de formación es el corazón de todas las actividades de aprendizaje y desarrollo en una organización. Incluye todo, desde la planificación cuidadosa de cada experiencia formativa hasta su implementación efectiva y el monitoreo constante de su progreso. La formación puede ser proporcionada de muchas maneras, incluyendo sesiones en persona, en línea, a través de e-learning y otros medios. Además de adquirir conocimientos, el objetivo principal es desarrollar habilidades valiosas para el crecimiento profesional y la mejora continua.

Comunicación.

(Cuenca & Verazzi , 2020), la evolución de la comunicación interna en las organizaciones está estrechamente vinculada a la cultura, filosofía y mentalidad que las define en un momento dado. Los valores, normas y creencias que se tienen hacia los empleados, así como las metas y tareas que se desarrollan, influyen en la estructura organizativa, el estilo de liderazgo, los procesos de toma de decisiones y en última instancia, en los patrones de comunicación y colaboración.

La evolución de la comunicación interna en las organizaciones está influenciada por la cultura, filosofía y mentalidad que caracteriza a la empresa en un momento dado. Los valores, normas, creencias hacia los empleados, junto con las metas y tareas que se realizan, tienen un impacto en la estructura organizativa, el liderazgo, los procesos de toma de decisiones, por último en la manera en que se lleva a cabo la comunicación y la colaboración en la organización.

Eficiencia.

(Alvesson, Ramírez, & González Miranda, 2017), nos mencionan que el éxito de una organización está estrechamente relacionado con su eficiencia, y las organizaciones más eficientes tienden a tener menos probabilidades de fracasar. Sin embargo, es importante tener precaución al hacer una asociación directa entre la curva de aprendizaje y el fracaso organizacional, ya que la experiencia operacional no es una solución garantizada para los problemas de una organización.

El texto establece que la eficiencia es un factor clave para el éxito de una organización, y que aquellas organizaciones que son más eficientes tienen menos probabilidades de fracasar. Este es un punto importante, ya que la eficiencia es fundamental para asegurar la supervivencia y el crecimiento sostenible de una organización.

No obstante, el texto también advierte sobre la necesidad de no hacer una asociación directa entre la curva de aprendizaje y el fracaso organizacional. Es decir, aunque la experiencia operacional puede ser un factor importante para resolver los problemas de una organización, no es una solución garantizada.

Fuerza.

Laura Diaz (2018) menciona que la fuerza de trabajo se refiere a la combinación de habilidades físicas y mentales que posee cada individuo y que les permite desempeñar una tarea específica. Se trata de un concepto que se relaciona con la capacidad de una persona para realizar un trabajo eficazmente y producir resultados positivos.

La fuerza laboral se refiere a la combinación de habilidades que un individuo tiene y que le permiten realizar una tarea en particular de manera efectiva y eficiente para así poder tener una eficiencia dentro del mercado.

Producción.

(Álvarez Sánchez & García Navarro , 2021). “La empresa a través de su proceso productivo, lleva a cabo una serie de actividades que culminan en la creación de un producto o servicio de calidad, que satisfaga las expectativas y necesidades de sus clientes”.

Según los autores, el proceso productivo de la empresa debe culminar en la creación de un producto o servicio de calidad que cumpla con las expectativas y necesidades de los clientes. La satisfacción del cliente se considera como un aspecto clave para el éxito de la empresa, ya que un producto o servicio de calidad puede fomentar la fidelidad y el boca a boca positivo. Por lo tanto, el autor sugiere que la empresa debe enfocarse en mejorar continuamente su proceso productivo para asegurarse de cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes.

Acción.

(Sánchez García, Marco Lajara, Seva Larrosa, & Martínez Falcó, 2022). Las economías de acción conjunta son un componente clave en la estrategia empresarial de aquellas compañías que han comprendido el poder de la cooperación, la interacción para mejorar su innovación y competitividad. Al unir fuerzas, compartir recursos, estas empresas pueden alcanzar un desempeño superior y una mayor eficiencia en sus operaciones.

El texto sugiere que las economías de acción conjunta son un componente crucial en la estrategia empresarial de aquellas compañías que han comprendido la importancia de la cooperación, la interacción para mejorar su innovación y competitividad. Esto significa que, al trabajar juntas, estas empresas pueden lograr un mejor desempeño y eficiencia en sus operaciones.

Recursos.

Este autor, Gustavo (2017), menciona que es esencial que las organizaciones administren sus recursos de manera eficiente, utilizándolos para apoyar su estrategia y cumplir sus metas. Una manera de lograr esto es a través del fortalecimiento y actualización de sus propias habilidades. Las capacidades se refieren a las habilidades y destrezas relacionadas tanto con el conocimiento como con el aprendizaje.

Bolaños menciona (2021) que el éxito en la operación diaria de las empresas depende de la gestión eficiente, efectiva y eficaz de sus recursos, tanto tangibles como intangibles. Estos recursos son clave para el logro de los objetivos organizacionales y deben ser administrados de manera adecuada para obtener los mejores resultados.

Este texto habla sobre la importancia de la gestión eficiente de los recursos en las organizaciones. Se destaca que los recursos, tanto tangibles como intangibles, deben ser administrados adecuadamente para apoyar la estrategia y cumplir las metas organizacionales. Se menciona que fortalecer y actualizar las capacidades de la organización es una forma de lograr esta gestión eficiente de los recursos. Las capacidades se describen como habilidades y destrezas relacionadas tanto con el conocimiento como con el aprendizaje.

Materiales.

(Arguello Pazmiño , Llumiguno Poma , Gavilánez Cárdenas , & Torres Ordoñez , 2020). "Los recursos materiales incluyen materia prima y cualquier otro recurso natural obtenido de la naturaleza, así como el capital físico generado a través del trabajo humano".

Estos recursos materiales son esenciales para la producción de bienes o servicios de calidad y para el éxito de la empresa. Por lo tanto, su correcta gestión y utilización son claves para el éxito empresarial.

Humanos.

(Arguello Pazmiño A. M., Llumiguano Poma , Gavilánez Cárdenas , & Torres Ordoñez, 2020). "Los recursos humanos se componen de los empleados que forman la fuerza laboral necesaria para llevar a cabo las tareas productivas. Los gerentes encargados de coordinar y organizar la producción son responsables de establecer las estrategias laborales y asegurar la consecución de los objetivos de la organización".

El texto presenta una definición básica de los recursos humanos en una organización, explicando que se trata de los empleados que realizan las tareas productivas. Además, destaca la responsabilidad de los gerentes en la coordinación, organización de la producción, y cómo ellos son los encargados de establecer estrategias laborales y asegurar el logro de los objetivos organizacionales

Financieros.

(Álvarez Sánchez & García Navarro , 2021) mencionan que “Para operar con éxito, la empresa debe enfrentar de manera efectiva una variedad de obligaciones financieras, tales como el pago a proveedores, acreedores, el salario a sus empleados, la adquisición de activos fijos y la obtención de materias primas, así como llevar un registro preciso de estas transacciones”.

Obligaciones financieras de una empresa para lograr un funcionamiento exitoso. Se mencionan diversas obligaciones financieras que una empresa debe enfrentar, incluyendo el pago a proveedores, acreedores, empleados, adquisición de activos fijos y materiales. Además, se destaca la importancia de mantener un registro preciso de estas transacciones para llevar un control adecuado de los recursos financieros de la empresa.

Producción obtenida.

(Cuatrecasas, 2022). La capacidad productiva de una empresa es un indicador clave de la eficacia de su planificación a largo plazo. Una mayor capacidad de producción obtenida con una inversión de capital constante indica una mejor planificación, por lo que la empresa debería buscar maximizar esta ratio.

En este texto se destaca la importancia de la capacidad productiva como un indicador clave de la eficacia de la planificación a largo plazo de una empresa. La capacidad de producción se define como la cantidad máxima de bienes o servicios que una empresa puede producir en un período determinado, y se relaciona directamente con la inversión de capital realizada. Se sugiere que una mayor capacidad productiva obtenida con una inversión constante indica una mejor planificación, lo que sugiere que las empresas deberían esforzarse por maximizar esta ratio.

Fluidez en los trámites.

(Roseth, Reyes, & Santiso , 2018). La función principal de los trámites es conectar a personas, empresas con los servicios y obligaciones gubernamentales. En una situación ideal, estos trámites serían intuitivos, rápidos y transparentes.

El texto se refiere a la función de los trámites como un medio para conectar a las personas y empresas con los servicios y obligaciones gubernamentales.

Cambio de actitud.

(Ramírez de López & Hurtado Restrepo , 2018). "El cambio es necesario para aprovechar oportunidades, potenciar fortalezas, impulsando el crecimiento y el desarrollo organizacional."

La importancia del cambio dentro de una organización como una herramienta para aprovechar oportunidades y fortalecer la empresa. Es esencial reconocer que el cambio es una parte necesaria del crecimiento y desarrollo de una organización, resistirse al cambio puede limitar su potencial.

Recursos.

Este autor, Gustavo (2017), menciona que es esencial que las organizaciones administren sus recursos de manera eficiente, utilizándolos para apoyar su estrategia y cumplir sus metas. Una manera de lograr esto es a través del fortalecimiento y actualización de sus propias habilidades. Las capacidades se refieren a las habilidades y destrezas relacionadas tanto con el conocimiento como con el aprendizaje.

Bolaños menciona (2021) que el éxito en la operación diaria de las empresas depende de la gestión eficiente, efectiva y eficaz de sus recursos, tanto tangibles como intangibles. Estos recursos son clave para el logro de los objetivos organizacionales y deben ser administrados de manera adecuada para obtener los mejores resultados.

Este texto habla sobre la importancia de la gestión eficiente de los recursos en las organizaciones. Se destaca que los recursos, tanto tangibles como intangibles, deben ser administrados adecuadamente para apoyar la estrategia y cumplir las metas organizacionales. Se menciona que fortalecer y actualizar las capacidades de la organización es una forma de lograr esta gestión eficiente de los recursos. Las capacidades se describen como habilidades y destrezas relacionadas tanto con el conocimiento como con el aprendizaje.

Además, se destaca que fortalecer y actualizar las capacidades de la organización es una de las formas más efectivas de lograr una gestión eficiente de los recursos. En este sentido, se hace referencia a las capacidades como habilidades y destrezas relacionadas tanto con el conocimiento como con el aprendizaje.

Fundamentos legales.

Constitución de la República del Ecuador.

Sistema económico y política económica.

Por su parte, la constitución de la república del Ecuador (2008) artículo 283, advierte que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, el Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

También, en el artículo 336 de la Constitución (2008), nos menciona que el estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Reglamento General a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Capítulo IV

Fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios.

Según La ley de emprendimiento e innovación en el artículo 13 (2020).- Parámetros de creación del Registro Nacional de Emprendimiento: El Registro Nacional de Emprendimiento -RNE- se creará y actualizará en línea, a través de una plataforma automatizada, establecida por el Ministerio rector de la Producción, que funcionará de acuerdo con el siguiente proceso;

1. El solicitante registrará la información y los documentos habilitantes que la plataforma requiera;
2. La plataforma verificará y validará el cumplimiento de los requisitos para la inscripción de proyectos.

Además en el artículo 15 del fomento del emprendedor y creación de nuevos negocios (2020) Verificación de proyectos en el Registro Nacional de Emprendimiento: Para la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos para la inscripción de proyectos en el RNE, el administrador del mismo establecerá la documentación de respaldo que el solicitante deberá presentar, incluyendo el o los certificados de la Superintendencia correspondiente que demuestren su existencia y actividad.

Y por último en el artículo 18 (2020) nos menciona que el régimen de atención preferencial: El CONEIN establecerá los parámetros del régimen de atención preferencial, así como los responsables de su aplicación, promoviendo la inversión pública, privada, mixta, cooperativa, asociativa, comunitaria, de la economía popular y solidaria y de la cooperación internacional, para el impulso y desarrollo de emprendimientos en la región de frontera.

Código de comercio, (2019).

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 39.- Toda persona capaz para contratar de acuerdo a las disposiciones del Código Civil, puede ejercer la actividad mercantil o comercial. Además de la capacidad mencionada en el inciso anterior, la ley puede exigir otro u otros requisitos adicionales para la titularidad de determinadas empresas o el ejercicio de específicas actividades comerciales o empresariales.

El artículo menciona que cualquier persona que tenga la capacidad legal para contratar de acuerdo con el Código Civil, puede ejercer una actividad comercial o empresarial. Sin embargo, también indica que la ley puede establecer requisitos adicionales para la titularidad de ciertas empresas o el ejercicio de actividades comerciales específicas.

Este artículo es importante porque establece las condiciones mínimas que una persona debe cumplir para poder realizar actividades comerciales o empresariales. La capacidad legal para contratar es fundamental para la realización de cualquier tipo de transacción comercial.

Capítulo II. Metodología.

Diseño de investigación.

Hernández (2018) infiere que con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. La presente investigación posee un alcance descriptivo, ya que se realiza un diagnóstico de la situación actual de la empresa Textil Choopers, dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir.

Existen diferentes caminos para indagar la realidad social. Según Hernández (2018), las ideas constituyen el primer acercamiento a la realidad objetiva (desde la perspectiva cuantitativa), a la realidad subjetiva (desde la aproximación cualitativa) o a la realidad intersubjetiva (desde la óptica mixta) que se investigará.

Desde la perspectiva de este autor, se utilizaron ambos enfoques de la investigación, es decir, tanto la cualitativa como la cuantitativa. A nivel cualitativo, se analizaron datos recolectados de entrevistas a profundidad dirigidas a la directiva referente a la percepción administrativa de la empresa. Por otro lado, también es cuantitativa, ya que se miden numéricamente los indicadores de desempeño departamental y su percepción sobre las actividades empresariales de la empresa Textil Choopers.

La investigación descriptiva realizada en este trabajo se enfocó en analizar los hechos y datos recopilados, en particular los resultados obtenidos a través de la aplicación de diversas técnicas e instrumentos de investigación, como las encuestas.

Se buscó describir y caracterizar el fenómeno investigado, identificar las relaciones, conexiones entre las variables estudiadas, y generar conocimiento sobre el tema en cuestión.

Métodos de la investigación.

Los métodos de la investigación representan el camino o la guía a seguir que, valiéndose de las técnicas o instrumentos necesarios, aborda o soluciona un problema, convirtiéndose en la estrategia consciente encaminadas a solucionar problemas planteados por el investigador.

Método inductivo.

Hernández (2018) aduce que un estudio inductivo normalmente incluye elementos de más de un tipo de diseño. El método inductivo que permitió detectar los problemas sociales y las causas que las originaron, así como también la gestión administrativa actual la empresa Textil Choopers en la comuna Monteverde. De esta manera, se pueden definir las conclusiones y recomendaciones que formaran parte del plan estratégico.

Método analítico.

El método analítico es un enfoque de resolución de problemas que lo descomponen en partes más pequeñas y manejables para su análisis. Un concepto importante dentro del método analítico es la idea de que un problema complejo puede ser entendido mejor al analizar sus componentes individuales.

Población y muestra.

Hernández (2006) sostiene que la población se refiere a un grupo de objetos que comparten características comunes. Asimismo, el autor afirma que la muestra es definida como un extracto de la población, es decir, una proporción de un grupo con las mismas características. A continuación, se presenta una tabla que servirá como base para el desarrollo del estudio, la cual describe la población considerada y los detalles del sistema de muestreo al ser aplicado.

La definición precisa de la población y muestra de estudio es fundamental en cualquier investigación. En este caso particular, la población objeto de estudio está conformada por tres grupos: el gerente, los colaboradores de la empresa, los clientes que visitan y adquieren los productos ofertados por la microempresa. Es importante considerar estos tres grupos, ya que cada uno de ellos puede aportar información valiosa para el desarrollo del trabajo de investigación.

Tabla descripción de la población.

Detalle		Descripción
Gerente	1 persona	Entrevista
Colaboradores	13 personas	Encuestas
Clientes	167 clientes	Encuestas

La muestra.

Para efectos de esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, donde hace referencia a la similitud de los sujetos que forman parte del estudio, así como la misma posibilidad de ser seleccionados. Este estudio se basó en el último censo del INNEC donde nos mostró 838 personas de la población. Para calcular la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

Tabla 1 Muestra de estudio.

Tamaño de la población (N)	838
Error muestral (E)	0,05
Proporción de éxito (P)	0,5
Proporción de fracaso (Q)	0,5
Valor para confianza (Z) (1)	1,96

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas										
N [tamaño del universo]	838	← Escriba aquí el tamaño del universo								
p [probabilidad de ocurrencia]	0.5	← Escriba aquí el valor de p								
Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)								
90%	0.05	1.64								
95%	0.025	1.96								
97%	0.015	2.17								
99%	0.005	2.58								
Fórmula empleada $n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde: } n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$										
Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 838 con una p de										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10.0%	9.0%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%
90%	62	76	93	118	153	158	280	395	559	745
95%	86	104	127	159	163	167	350	469	621	771
97%	103	124	151	187	235	295	392	511	652	782
99%	139	165	198	242	298	355	464	577	698	798

Es fundamental clarificar los siguientes aspectos para determinar la muestra precisa a trabajar. En primer lugar, se seleccionó a los clientes mediante el criterio de censo, ya que existe una base de datos y la población es finita. De acuerdo con este criterio, se identificó un total de 167 clientes, cuya contribución se consideró relevante para los objetivos establecidos.

Para los colaboradores internos (14), se encontró una alternativa y se decidió realizar el testeo con los formatos de Google Forms, la cual es una aplicación web que permite incorporar la encuesta a un correo enviado. Por otra parte, esta alternativa suele presentar una limitación importante puesto que solo funciona si se abre desde un servidor de Gmail. Es decir, se tiene que enviar a correos cuyo dominio sea de Google y si el usuario lo abre a través de otro servicio de mensajería, como Outlook, por ejemplo, no lo podrá ver bien.

Este último inconveniente no se puede evitar y la única solución es de acceder a la encuesta a través de los hipervínculos provistos por la aplicación de Google Forms, al inicio y al final de la encuesta integrada.

La elaboración de los instrumentos de recolección de información, se realizó una revisión y validación de los mismos, posterior a este proceso se procedió a seleccionar el 10% de la muestra de estudio a las cuales se les aplicaron los instrumentos, los datos obtenidos fueron procesados en el programa SPSS donde se calculó el Alfa de Cronbach recurso que permite conocer la viabilidad de las preguntas planteadas en los cuestionarios mencionados, el resultado obtenido fue de “.800” es decir que los instrumentos utilizados se encuentran direccionados de forma positiva al desarrollo de la investigación.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.914	.927	11

Tabla 1 Los resultados de la siguiente tabla muestra el porcentaje de viabilidad que tienen los instrumentos empleados en el desarrollo de la presente investigación

Recolección y procesamiento de los datos.

En este capítulo, resultó crucial identificar las técnicas e instrumentos de recolección de información utilizados para obtener datos que contribuyeron al desarrollo del presente trabajo. En concreto, se aplicaron tres técnicas de recolección de información, a saber: encuestas y entrevistas.

Además, se utilizó un cuestionario de entrevista compuesto por diez preguntas abiertas. La razón principal para aplicar este instrumento radica en que, a través del diálogo, se puede obtener información relevante relacionada con el funcionamiento de la institución. Este recurso se aplicó a una persona con experiencia laboral, quienes respondieron al cuestionario de manera detallada.

Posteriormente, se aplicó un cuestionario de encuesta compuesto por 12 preguntas que se generaron en base al tema de estudio. La intención de utilizar este recurso fue involucrar tanto al personal interno como externo de la organización y a partir de sus respuestas, obtener información detallada acerca del tema en cuestión. Este instrumento fue aplicado a los colaboradores de la empresa.

Además, se elaboró un cuestionario adicional de 12 preguntas dirigido a los clientes de la empresa. La razón por la cual se incluyó a los clientes es porque la productividad no solo se mide en términos de producción, sino también en la satisfacción de los mismos y su aportación resulta fundamental para generar conclusiones acordes al tema de estudio.

El análisis de la información se hizo en forma estadística de tipo descriptiva o inferencial. Para ello se utilizó el programa Statical Package Social Statistical, SPSS. Una vez levantada la información con los instrumentos respectivos, se la revisó con el propósito de detectar errores, eliminar respuestas contradictorias y organizarla de la manera más clara posible para facilitar su tabulación.

En cuanto a la interpretación de los resultados obtenidos en esta investigación, se llevó a cabo una comparación entre la realidad de la empresa y el criterio de los autores en la temática pertinente, tomando en cuenta los aspectos positivos y negativos reportados por las personas que participaron en la entrega de información.

Se realizó un análisis detallado de los resultados obtenidos, identificando las causas subyacentes de los problemas y las áreas que necesitan mejorar. Para ello, se utilizó un enfoque crítico y reflexivo que permitió identificar tanto los aspectos positivos como los negativos, con el fin de desarrollar estrategias efectivas que permitan mejorar el desempeño y la productividad de la empresa.

Capítulo III. Resultados y discusión.

Análisis de los datos.

Análisis de los resultados de la entrevista.

1. ¿Considera usted que confecciones Choopers cuenta con un documento formal que contenga la misión, visión, objetivos, políticas y reglas diseñados para regular y orientar el progreso de la empresa?

En nuestra empresa contamos con una clara misión y visión, y recientemente actualizamos nuestras políticas para mejorar nuestra operación. Sin embargo, actualmente no tenemos objetivos específicos ni reglas diseñadas para guiar y regular nuestras actividades. No obstante, reconocemos la importancia de contar con ellos y nos gustaría trabajar en su diseño e implementación en un futuro cercano.

2. ¿Quiénes son los encargados de realizar las respectivas gestiones administrativas dentro de la empresa confecciones Choopers? ¿En qué han basado su gestión?

Mi esposa y yo somos los gerentes de la empresa y los responsables de tomar las decisiones finales. Luego, tenemos un administrador que se encarga de realizar las compras, los pagos y de coordinar con los proveedores. Además, contamos con una encargada de producción que supervisa todo el proceso productivo, desde el corte hasta la recepción de las prendas ya confeccionadas. Tenemos también diferentes áreas especializadas, como la de corte, planchado, revisión, calidad y ventas.

3. ¿Qué valores se practica dentro de la empresa confecciones Choopers?

Uno de nuestros principales valores es brindar un excelente servicio al cliente. Nos esforzamos por ayudar a nuestros clientes en todas sus inquietudes para que se sientan seguros al momento de realizar sus compras. Además, en nuestro equipo promovemos el compañerismo y nos tratamos con respeto mutuo en todo momento. Es importante destacar que en el pasado tuvimos un colaborador que causó algunos inconvenientes. Sin embargo, hemos tomado medidas para solucionar la situación y asegurarnos de que nuestro equipo esté siempre comprometido con nuestros valores.

4. ¿En qué nicho se desempeña de la empresa confecciones Choopers?

Nuestros clientes son principalmente madres de familia y trabajadoras que buscan generar un ingreso adicional. Nos enfocamos en atender principalmente a mujeres entre 20 y 35 años, aunque también contamos con clientes de otras edades y géneros. Ofrecemos venta al por mayor y nuestras transacciones se basan principalmente en compras de grandes cantidades, en lugar de ventas individuales.

5. ¿Qué considera usted como positivo dentro de confecciones Choopers, que se podría potenciar más aún?

Una de las fortalezas de nuestra empresa es el excelente ambiente laboral que hemos creado. Nos esforzamos por tratar a cada uno de nuestros empleados con respeto y brindarles las condiciones necesarias para que puedan desempeñarse de manera óptima. Por ejemplo, ofrecemos opciones de comida personalizadas para el almuerzo y pagamos puntualmente en cada quincena.

Además, fomentamos el compañerismo entre nuestro equipo y valoramos el trabajo en equipo para lograr nuestros objetivos. A medida que seguimos creciendo, buscamos expandir nuestra oferta de prendas y llegar a nuevos mercados para seguir innovando y ofreciendo lo mejor a nuestros clientes.

6. ¿Qué aspectos negativos reconoce que deberían cambiarse dentro de la empresa confecciones Choopers?

Creo que es importante formalizar nuestra empresa y dejar de operar únicamente como una microempresa. Aunque hemos logrado avances significativos, sabemos que al formalizarnos tendremos acceso a una serie de beneficios que nos permitirán crecer aún más.

Por este motivo, hemos establecido como meta para este año formalizar nuestra empresa y cumplir con todos los requisitos legales necesarios para operar como tal. Nos encontramos trabajando arduamente en este proceso, conscientes de la importancia que esto tiene para continuar expandiendo nuestro negocio y generar confianza en nuestros clientes y proveedores. Además de cumplir con las regulaciones y requerimientos legales, esta formalización nos permitirá establecer una estructura más sólida y organizada en nuestra empresa, lo que redundará en una mayor eficiencia en la gestión de nuestros recursos y en la toma de decisiones.

7. ¿Por qué cree usted que es importante la elaboración de un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión administrativa y que este a su vez contribuya positivamente en la empresa confecciones Choopers?

Considero fundamental tener un equipo de trabajo experimentado y bien capacitado. En el pasado, cometimos el error de contratar a personas sin la experiencia necesaria para administrar el negocio. A pesar de que nuestro actual administrador se graduó en ingeniería en turismo, tuvo dificultades para administrar eficientemente nuestra empresa, lo que nos llevó a un año sin una planificación estratégica adecuada.

En ese momento, carecíamos de un control efectivo en el área administrativa, tanto en lo financiero como en el seguimiento del gasto anual. Como resultado, no teníamos un control adecuado sobre nuestro capital y no estábamos siguiendo una planificación estratégica adecuada.

Hemos aprendido de esa experiencia y nos hemos comprometido a mejorar nuestro enfoque estratégico y administrativo para evitar situaciones similares en el futuro. Ahora, nos enfocamos en la capacitación del personal y en la contratación de personas con la experiencia necesaria para liderar nuestra empresa hacia el éxito.

8. ¿Qué puntos creen que son indispensables para que el plan estratégico funcione?

Es crucial proyectar los gastos, inversiones y ventas de una empresa a lo largo del año para alcanzar el punto de equilibrio y mantenerse en el mercado. De lo contrario, se corre el riesgo de perder dinero y, eventualmente, desaparecer.

9. ¿Cómo se vislumbra la empresa en los próximos cinco años?

Nuestro objetivo es expandir nuestra producción y aumentar el personal, y para ello necesitamos constituirnos como una empresa. De esta manera, podremos ser vistos por los bancos y otras instituciones crediticias como una empresa sólida, y no como una persona natural con RUC.

Ser reconocidos como empresa nos permitirá ofrecer nuestros productos a nivel nacional e internacional, convirtiéndonos en unos grandes proveedores confiables y beneficiando a más clientes en todo el país y en todo el mundo y así poder lograr nuestros objetivos como microempresa dentro del mercado.

Análisis de las encuestas aplicadas a los colaboradores.

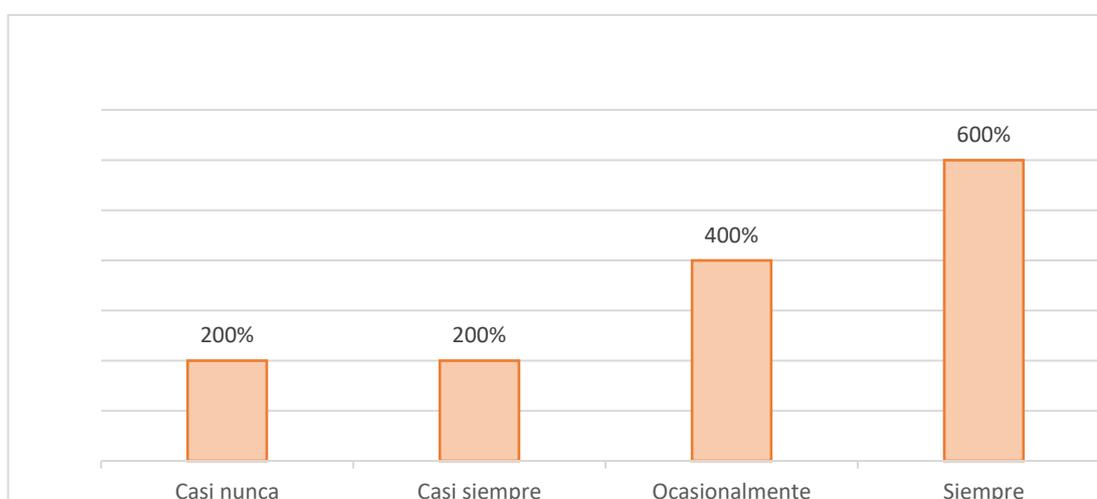
1. ¿Le ha dado a conocer en confecciones Choopers Misión, visión y objetivos?

Tabla 2
Filosofía organizacional.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	14.3%
Casi siempre	2	14.3%
Ocasionalmente	4	28.6%
Siempre	6	42.9%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 1
Filosofía organizacional.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Al ser consultados los 14 colaboradores de la empresa, se puede observar que la transmisión de la misión y visión de la empresa no son eficientes, el mensaje no está llegando a todos los colaboradores de la empresa, esto se puede apreciar que seis de 14 consultados, dan una afirmación rotunda que si es transmitido el mensaje siempre. Además, de los ocho colaboradores restantes, cuatro mencionan que el mensaje a veces es transmitido pero no de manera clara y efectiva, mientras que los otros cuatro indican que nunca reciben información sobre la misión y visión de la empresa.

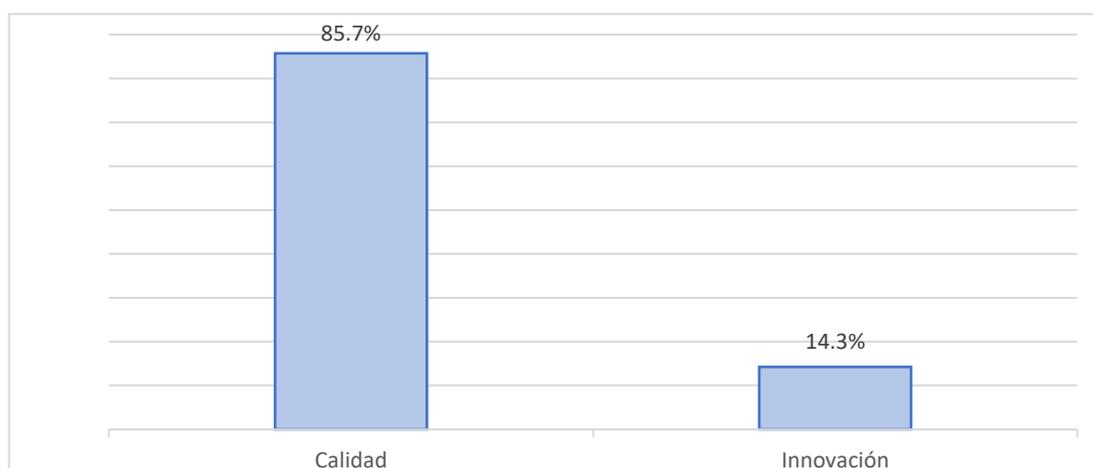
2. ¿Cuál de las siguientes fortalezas considera relevante dentro del proceso productivo?

Tabla 3
Fortaleza.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	12	85.7%
Innovación	2	14.3%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 2
Fortaleza.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Al ser consultados el eje de como ellos perciben cual es la fortaleza en la empresa dentro de los procesos productivos, se puede observar que existe una clara inclinación que es factor diferencial que ellos consideran es la calidad de los productos, seguido por la innovación. Este análisis sugiere que la calidad de los productos y la innovación son dos aspectos clave que los empleados perciben como fortalezas de la empresa dentro de los procesos productivos. La calidad de los productos puede ser considerada como un factor diferencial que distingue a la empresa de sus competidores, ya que los clientes tienden a preferir productos de alta calidad que satisfagan sus necesidades y expectativas. Por otro lado, la innovación también puede ser un factor clave para el éxito de la empresa, ya que permite la introducción de nuevos productos, procesos y tecnologías que pueden mejorar la eficiencia y la competitividad de la empresa.

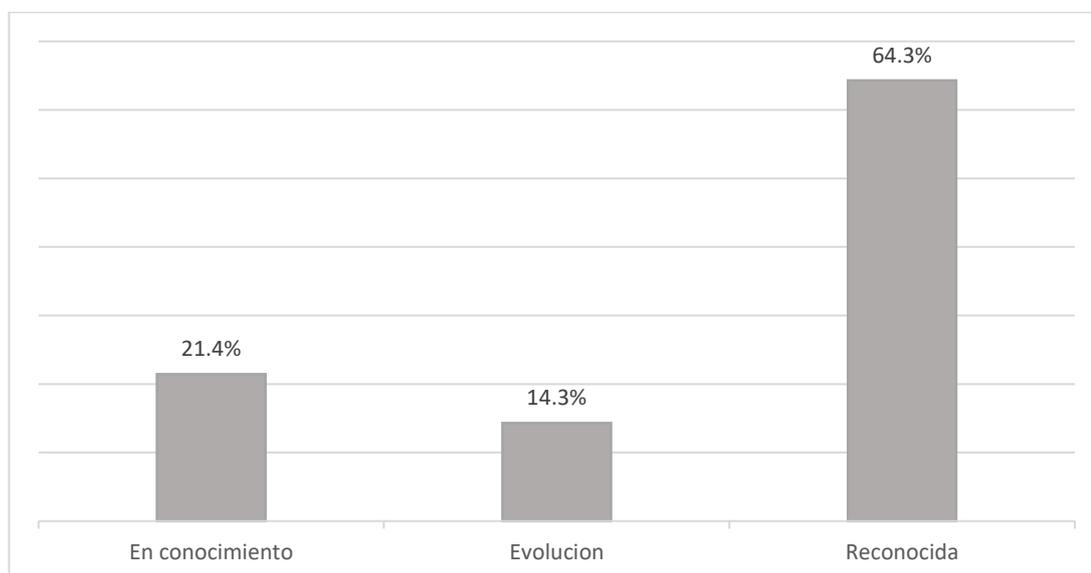
3. Desde su punto de vista como empleado confecciones Choopers ¿Cómo percibe a la institución dentro del mercado manufacturero?

Tabla 4
Percepción de los empleados.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
En conocimiento	3	21.4%
Evolución	2	14.3%
Reconocida	9	64.3%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 3
Percepción de los empleados.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Al realizar el análisis de los resultados frente a esta pregunta, se puede observar que los colaboradores perciben a la empresa Choopers dentro del mercado donde participa, como una empresa reconocida, es posible que sea por su trayectoria o posicionamiento, seguido por el conocimiento de sus acciones comerciales, estos dos resultados se pueden correlacionar y concluir que ambas aristas llevan al mismo camino. Este análisis sugiere que los colaboradores perciben a la empresa Choopers como una empresa reconocida dentro del mercado en el que participa. Esto puede deberse a su trayectoria en el mercado y su posicionamiento como una empresa estable y confiable.

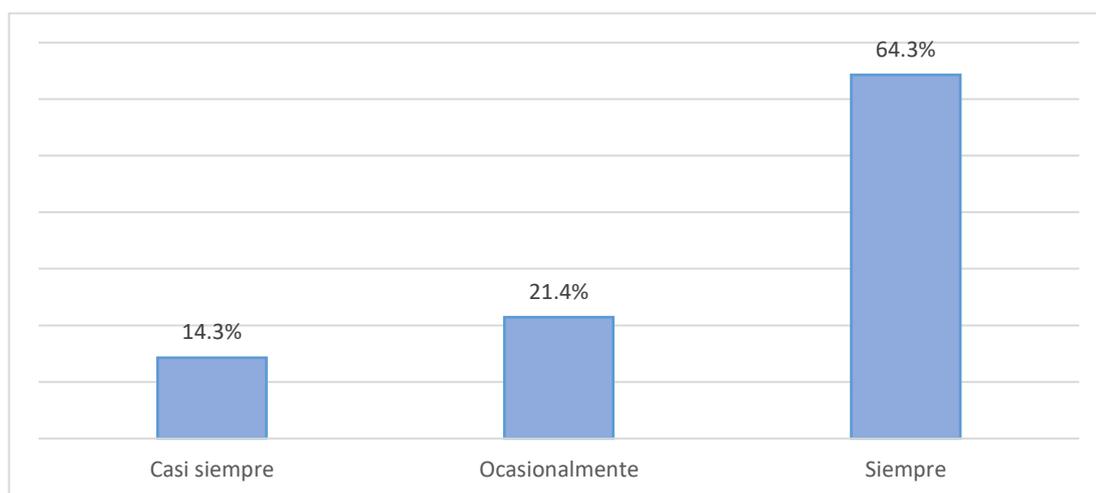
4. ¿Se inculca dentro de la organización políticas, normas y valores empresariales a seguir?

Tabla 5
Políticas.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	2	14.3%
Ocasionalmente	3	21.4%
Siempre	9	64.3%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 4
Políticas.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

En contra punto a lo antes expuesto en los resultados de la primera pregunta, pueden observar que la mayoría de los encuestados se inclinan a expresar que la empresa si fomenta dentro de la organización políticas, normas y los valores institucionales, con la finalidad de enmarcar sus acciones a estas. Este análisis sugiere que, en contra de los resultados de la primera pregunta, la mayoría de los encuestados percibe que la empresa Choopers sí fomenta políticas, normas y valores institucionales dentro de su organización. Esto puede indicar que la empresa tiene una cultura organizacional sólida y coherente que se enfoca en mantener ciertas normas y valores en todos los aspectos de su funcionamiento. La fomentación de políticas, normas y valores institucionales puede ser importante para mantener una organización coherente y alinear las acciones de la empresa con sus objetivos y valores.

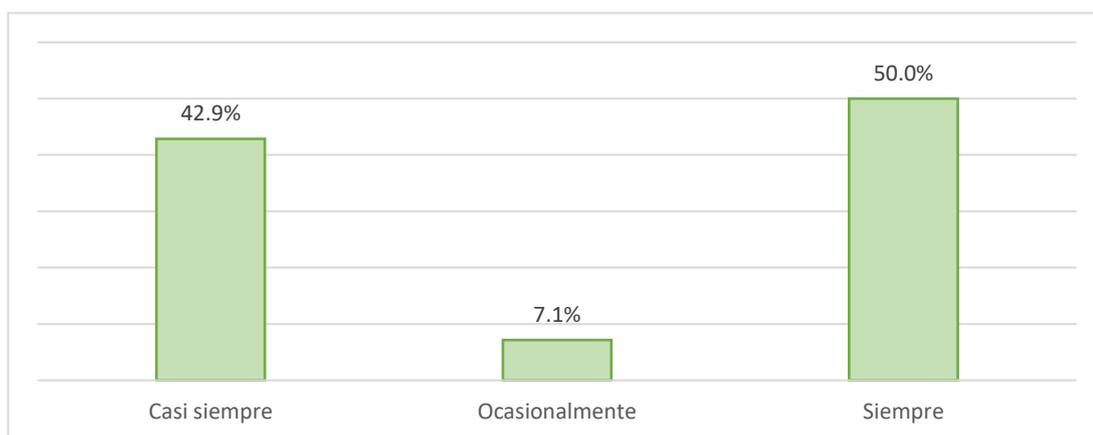
5. ¿Siente que en su trabajo hay estímulos y motivación apropiada?

Tabla 6
Estímulos y motivación.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	6	42.9%
Ocasionalmente	1	7.1%
Siempre	7	50.0%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 5
Estímulos y motivación.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

La siguiente pregunta se orienta a conocer la valorización del colaborador sobre los estímulos generados a ellos y si influyen sobre su motivación, el cual se puede observar que es concluyente que la mayoría respondieron que siempre o casi siempre perciben que las motivaciones externas son significativas para ellos. Este análisis sugiere que la mayoría de los colaboradores perciben que los estímulos generados por la empresa Choopers son significativos para su motivación. Estos estímulos externos pueden incluir incentivos, recompensas y reconocimientos por el desempeño y logros alcanzados. La percepción de que los estímulos generados por la empresa son significativos puede ser un factor importante en la motivación de los colaboradores. Cuando los colaboradores perciben que su trabajo es valorado y que se les reconoce por sus logros, pueden sentirse motivados a seguir desempeñándose bien y superándose a sí mismos.

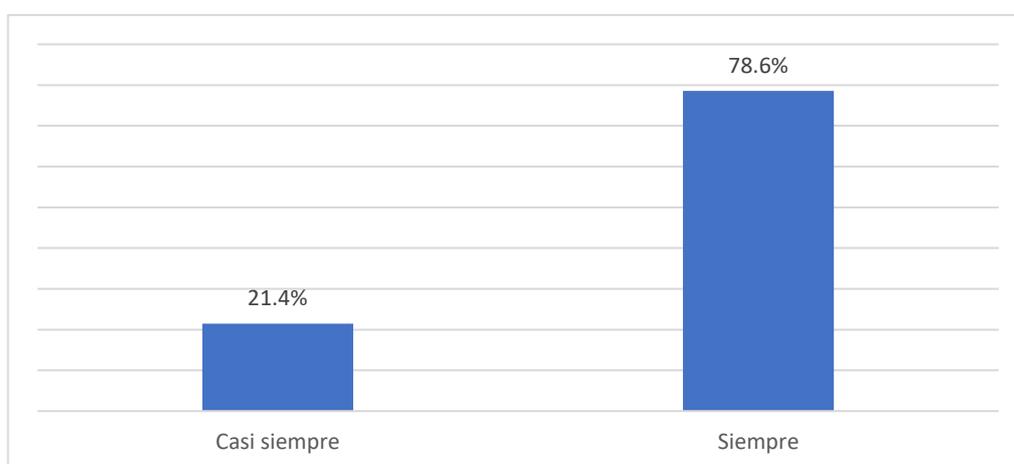
6. ¿Poseen un sistema informático para el control del negocio?

Tabla 7
Sistema informático.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	3	21.4%
Siempre	11	78.6%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 6
Sistema informático.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

En la actualidad los sistemas de información predominan la estructura organizacional, al consultar sobre este tema pueden observar que la mayoría de los colaboradores perciben que el negocio si tiene sistemas de información que generan un mayor control del mismo, pero se debe de prestar atención al menor porcentaje que respondieron casi siempre, el cual puede ser una minoría que se produce por falta de sistematización de algunos procesos que ellos operan o falta de capacitación para el manejo de sistema informático. Este análisis sugiere que la mayoría de los colaboradores perciben que la empresa Choopers cuenta con sistemas de información que permiten un mayor control del negocio. Esto puede ser beneficioso para la empresa al permitir una mejor gestión y seguimiento de sus procesos y operaciones, lo que puede ayudar a mejorar la eficiencia y la productividad de la empresa. Sin embargo, es importante prestar atención al menor porcentaje de colaboradores que respondieron que casi siempre perciben sistemas de información en la empresa.

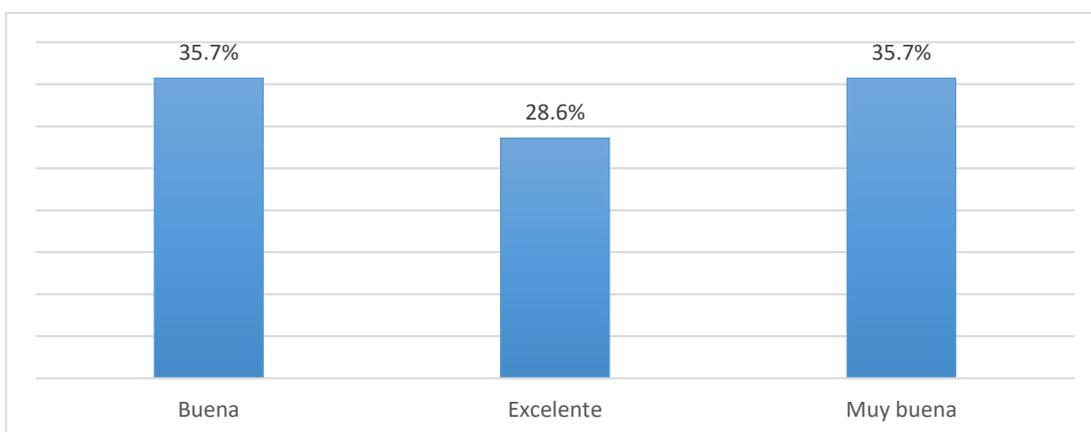
7. ¿Evalúan cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?

Tabla 8
Relación.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Buena	5	35.7%
Excelente	4	28.6%
Muy Buena	5	35.7%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 7
Relación.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

El ambiente laboral es uno de los factores internos de la organización que influye de sobre manera en la motivación de los colaboradores, por ende, la presente pregunta se orientó para conocer como son las relaciones interpersonales con sus demás compañeros, el cual cierta parte de los encuestados consideran que son excelentes, esto se puede provocar debido que la muestra estaba dispersa por diferentes áreas de la empresa y esto provoque que no fortalezca este lazo con otros colaboradores de otros departamentos, pero la tendencia que predomina es que los colaboradores consideran que su relación de compañerismo son muy buenas. Este análisis sugiere que la mayoría de los colaboradores perciben que las relaciones interpersonales con sus compañeros son buenas o excelentes en la empresa Choopers. Esto puede ser beneficioso para la empresa al fomentar un ambiente laboral positivo y colaborativo, lo que puede mejorar la motivación, la satisfacción y la productividad de los empleados.

8. ¿Se ha aplicado inducción en algún momento en las funciones de su cargo, responsabilidades, derechos y deberes?

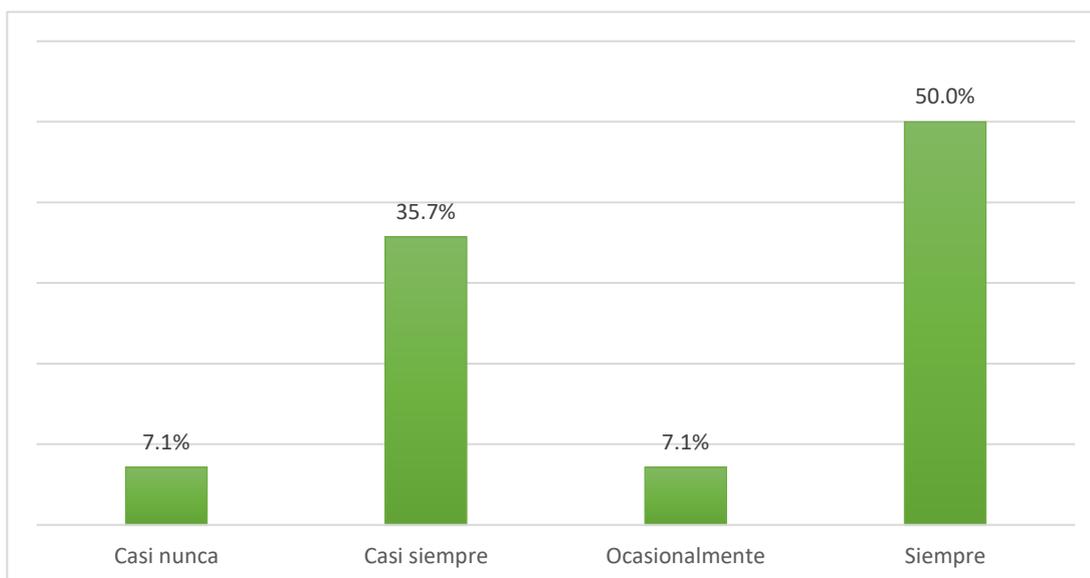
Tabla 9

Inducción.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	7.1%
Casi siempre	5	35.7%
Ocasionalmente	1	7.1%
Siempre	7	50.0%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 8
Inducción.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

En las etapas de contratación en el personal se suele generar frustración a los colaboradores nuevos que ingresan a trabajar, por esta razón, se le consultó si ha realizado una fase inducción al momento de su contratación, se puede observar que los resultados son concluyentes respondiendo siempre o casi siempre, lo cual constata que la empresa está realizando correctamente su trabajo al momento de la contratación. Este análisis sugiere que la mayoría de los colaboradores perciben que se ha realizado una fase de inducción al momento de su contratación en la empresa Choopers. Esto puede ser beneficioso para la empresa al ayudar a los nuevos empleados a integrarse rápidamente en la empresa y comprender sus políticas, normas, valores y procesos.

9. Cuenta con los elementos necesarios para realizar su trabajo (Maquina, rematadores, tijeras, pasa agujas, etc.)

Tabla 10
Elementos necesarios.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	1	7.1%
Siempre	13	92.9%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 9
Elementos necesarios.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Los recursos para realizar las actividades son indispensables en las organizaciones, por esta razón se realizó la presente pregunta, podemos constatar que la empresa si se preocupa en brindarles todos los materiales y equipos para la realización de sus tareas contestando gran parte de los encuestados que la empresa siempre se precautela entregarles todos estos recursos a sus colaboradores, lo cual es muy importante dentro de la formación de la cultura organización y sentido de pertenencia. Este análisis sugiere que la mayoría de los colaboradores de la empresa Choopers perciben que la empresa se preocupa por brindarles los recursos necesarios para realizar sus tareas. Estos recursos pueden incluir materiales, herramientas y equipos necesarios para llevar a cabo sus actividades diarias. El hecho de que los colaboradores perciban que la empresa se preocupa por brindarles los recursos necesarios puede ser un factor importante para aumentar su satisfacción y motivación en el trabajo. Además, esto puede contribuir a mejorar la calidad de su desempeño y a cumplir con los objetivos de la organización.

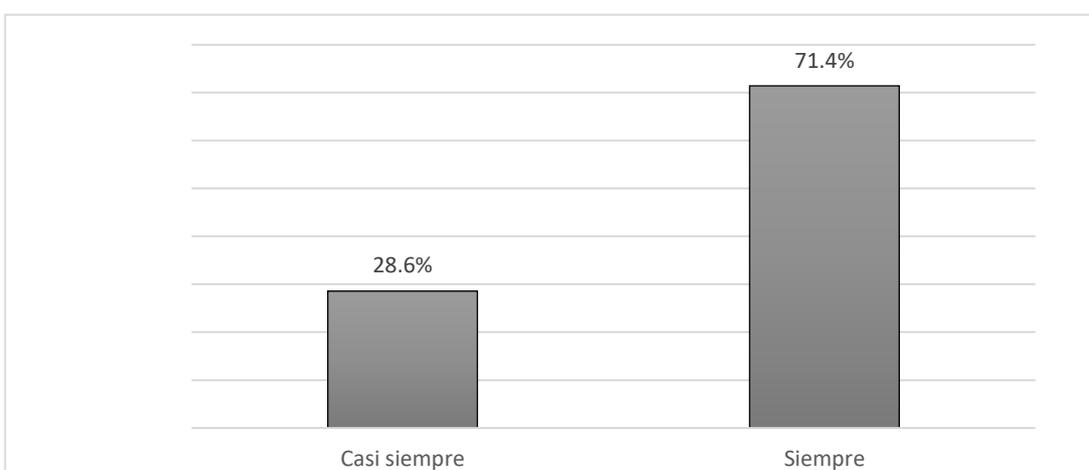
10. ¿Se asigna las funciones de trabajo a cada empleado de manera oportuna?

Tabla 11
Funciones de trabajo.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	4	28.6%
Siempre	10	71.4%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 10
Funciones de trabajo.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

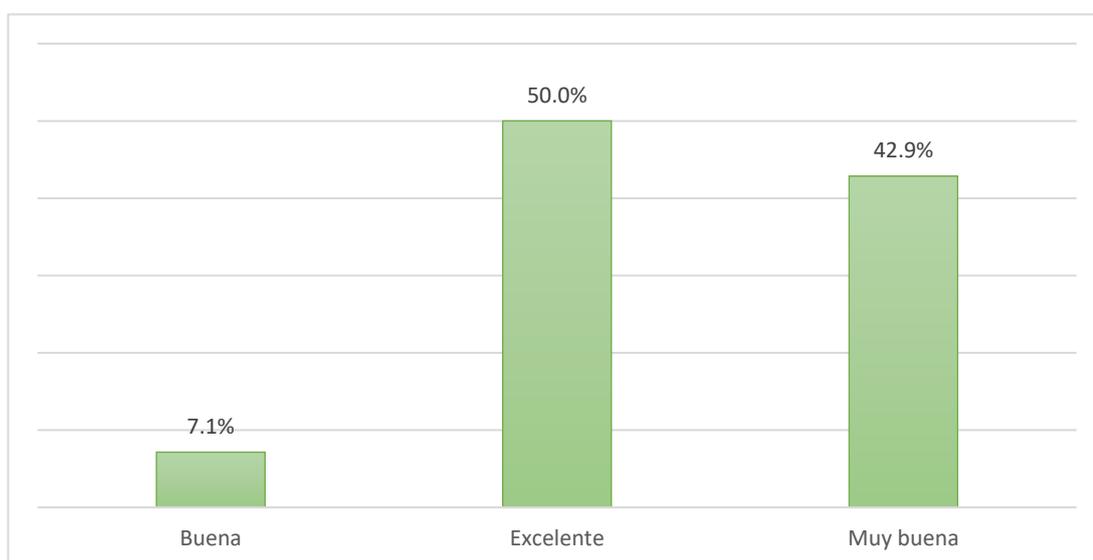
En las etapas de contratación del personal se suele generar frustración a los colaboradores nuevos que ingresan a trabajar, por esta razón, se le consultó si ha realizado una fase inducción al momento de su contratación, se puede observar que los resultados son concluyentes, respondiendo siempre o casi siempre, con lo cual se puede verificar que la empresa está realizando correctamente su trabajo al momento de la contratación. Este análisis indica que la mayoría de los colaboradores de la empresa Choopers perciben que han recibido una fase de inducción al momento de su contratación. La fase de inducción es una etapa importante en el proceso de integración de nuevos colaboradores, ya que les brinda información sobre la empresa, su cultura, políticas y procedimientos, lo que les ayuda a adaptarse más rápidamente a su nuevo ambiente laboral. El hecho de que la mayoría de los colaboradores perciban que han recibido una fase de inducción al momento de su contratación puede ser un factor importante para aumentar su satisfacción y motivación en el trabajo.

11. ¿Cómo es el precio de sus productos comparados con los de la competencia?

Tabla 12
Precio.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Buena	1	7.1%
Excelente	7	50.0%
Muy buena	6	42.9%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 11
Precio.

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Según los colaboradores encuestados, los precios ofrecidos por la empresa, son considerados excelentes y altamente competitivos en comparación con los de la competencia. Esta percepción fue compartida por la mayoría de los participantes de la encuesta. Este resultado puede ser muy relevante para la empresa, ya que el precio es un factor importante en la decisión de compra de los clientes. Si los colaboradores consideran que los precios ofrecidos son altamente competitivos, es posible que la empresa esté atrayendo más clientes y aumentando su participación en el mercado. Además, el hecho de que los colaboradores perciban los precios como excelentes puede indicar que la empresa tiene una estrategia de precios adecuada y efectiva, lo que puede ser una ventaja competitiva importante en el mercado en el que opera.

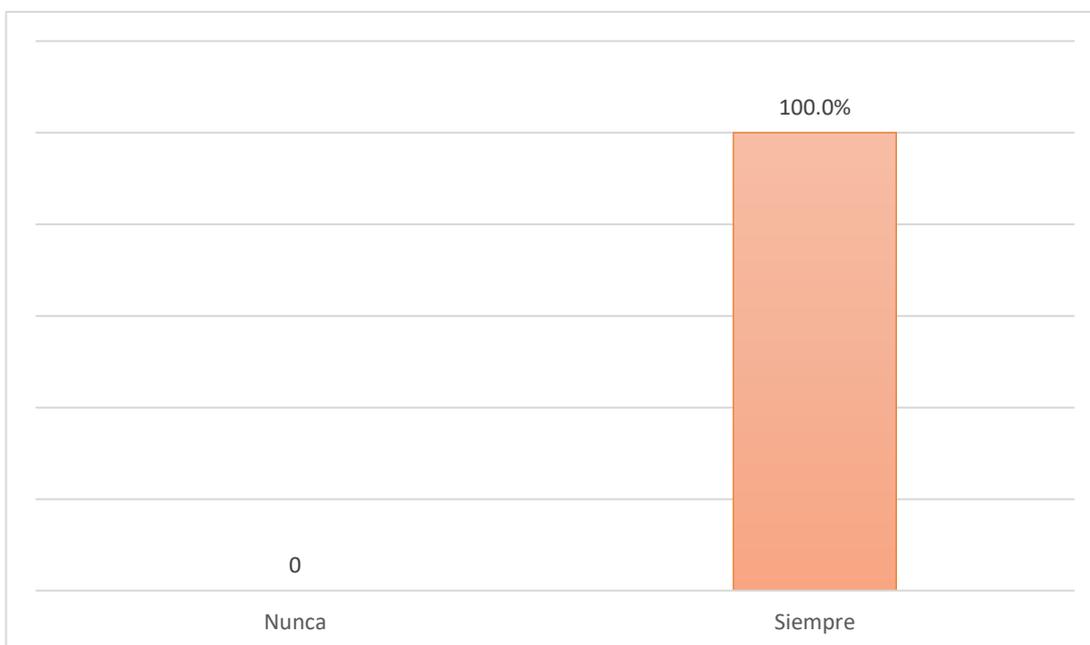
12. ¿Para la compra de mercaderías se revisan las órdenes de compra?

Tabla 13
Compra de mercadería.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Siempre	14	100.0%

Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Figura 12
Compra de mercadería.



Nota. Encuesta dirigida a los colaboradores de confecciones Choopers.

Los procesos internos de la empresa son importantes, y sobre todo en el momento de la adquisición de mercancía, por esta razón, se les consultó a los colaboradores si aplican un proceso de revisión de las ordenes de compras, nos brinda como resultado que la fase de control se está cumpliendo con cabalidad en la empresa llegando a un total que todos contestaron siempre. Este resultado indica que la empresa está llevando a cabo una correcta gestión de sus procesos internos de adquisición de mercancía, lo que implica un adecuado control y seguimiento de las órdenes de compra. Esto se traduce en una mayor eficiencia en la gestión de sus recursos y en una mejor calidad en los productos y servicios que ofrece a sus clientes.

Análisis de la encuesta a los consumidores.

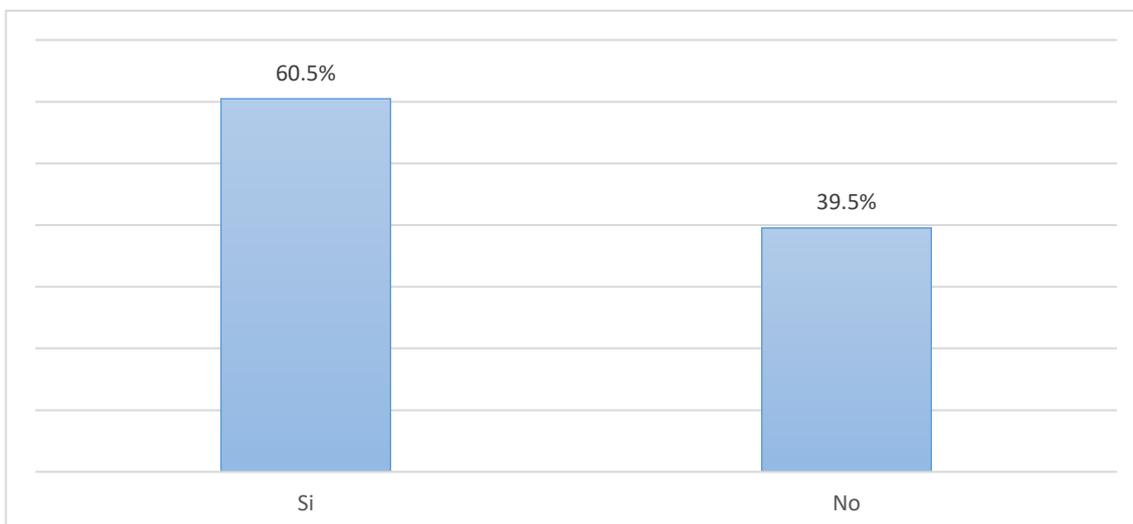
1. ¿La empresa confecciones Choopers le da a conocer la misión, visión y valores de la empresa?

Tabla 14
Filosofía organizacional.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	60.5%
No	66	39.5%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 13
Filosofía organizacional.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Se tomo una muestra de 167 clientes, se fueron elaborando diferentes preguntas para conocer la percepción, experiencia de ellos con la empresa Choppers, por lo tanto, en la primera pregunta se indagó si ellos conocen si la empresa exterioriza a sus clientes lo que es la misión, visión y filosofía como empresa, se pueden constatar que la mayoría de los encuestados afirmaron que la empresa da conocer esta información vital a sus clientes. Esa es una buena práctica por parte de la empresa, ya que al compartir su misión, visión y valores con los clientes, les permite entender y apreciar la forma en que la empresa trabaja y se compromete con sus clientes. Además, esto ayuda a fortalecer la relación entre la empresa y sus clientes, lo que a su vez puede llevar a una mayor fidelidad y retención de clientes.

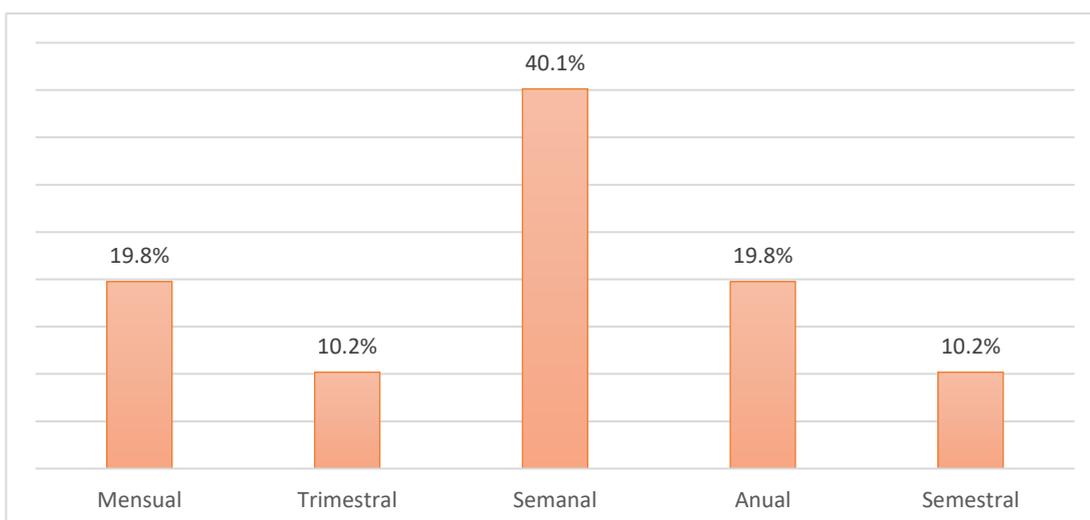
2. ¿Cada qué tiempo realiza pedidos de productos a la empresa confecciones Choopers?

Tabla 15
Tiempo.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	33	19.8%
Trimestral	17	10.2%
Semanal	67	40.1%
Annual	33	19.8%
Semestral	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 14
Tiempo.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

La segunda pregunta se enfoca a conocer la repetición de compra de los clientes encuestados, se puede observar que hay un dato bastante favorable para la empresa Choopers, ya que la mayoría de los clientes encuestados realizan una compra cada semana y el menor compran de forma mensual. Esto indica que la empresa ha logrado fidelizar a sus clientes, lo que puede ser resultado de una combinación de factores, como la calidad de los productos, precios competitivos y buen servicio al cliente. Además, la frecuencia de compra semanal sugiere que los clientes ven a la empresa como una opción conveniente y confiable para satisfacer sus necesidades en el ámbito de los productos que ofrece.

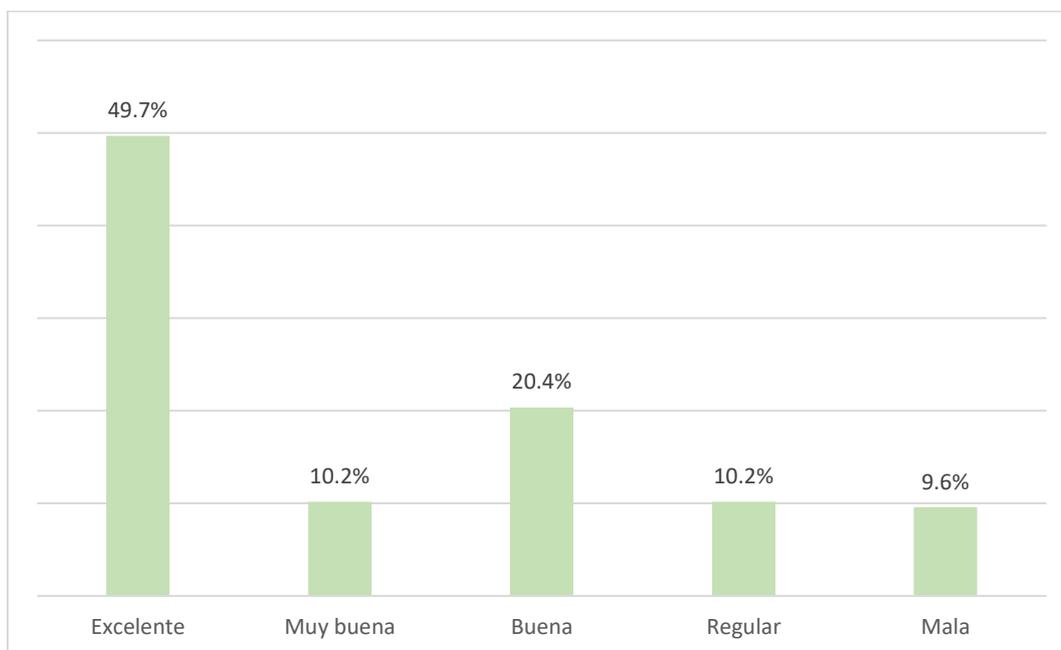
3. ¿Cómo considera el nivel de calidad los productos que fabrica la empresa?

Tabla 16
Nivel de calidad.

Detalle	Frecuencia	Porcentgaje
Excelente	83	49.7%
Muy Buena	17	10.2%
Buena	34	20.4%
Regular	17	10.2%
Mala	16	9.6%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 15
Nivel de calidad.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

En el cuestionario anterior que se le aplicó a los colaboradores nos brindaron datos rotundos al conocer como ellos consideraban que los productos de la empresa Choopers son de calidad, en este caso realizamos la misma pregunta a quienes realizan el proceso de adquisición de los mismos, se puede ver que la mayoría consideran que los productos son excelente y muy buenos, de ahí debemos de puntualizar que respuestas inferiores a muy bueno son desfavorable para la empresa, por esta razón deben mejorar continuamente sus procesos y conocer la causa de su insatisfacción por parte de los clientes que constataron bueno, regular y malo.

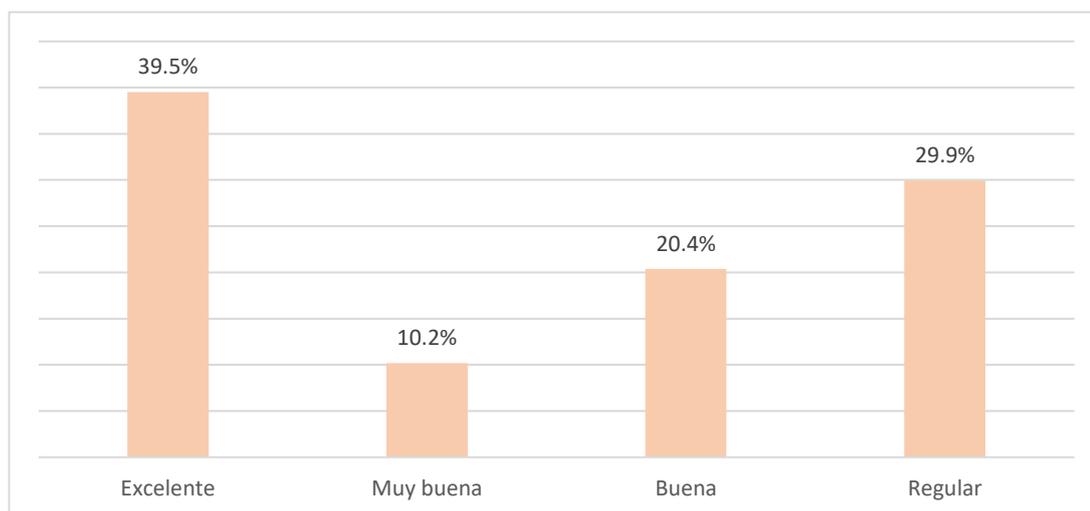
4. ¿Cómo considera usted la atención al cliente recibido en la empresa?

Tabla 17
Atención al cliente.

Detalle	Frecuencia	Porcentgaje
Excelente	66	39.5%
Muy Buena	17	10.2%
Buena	34	20.4%
Regular	50	29.9%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 16
Atención al cliente.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Para analizar los resultados de esta pregunta solo se tomará como resultados positivos para la gestión de atención al cliente de la empresa, las respuestas que sean excelente o muy bueno, porque esto son las dos respuestas más transparente hacia algo positivo que experimentó el cliente, ya una respuesta buena será tomada como un indicador que existió algo que no llenó sus expectativa, por lo tanto, es algo que deben de mejorar, en cuanto a los resultados pueden observar que el menor número de los clientes encuestados consideran que la atención debe de mejorar y por esta razón nos dieron respuestas de bueno y regula. Por lo tanto, se puede inferir que la mayoría de los clientes encuestados tienen una buena percepción sobre la atención al cliente de la empresa Choppers, ya que la gran mayoría de las respuestas fueron clasificadas como excelente o muy buena.

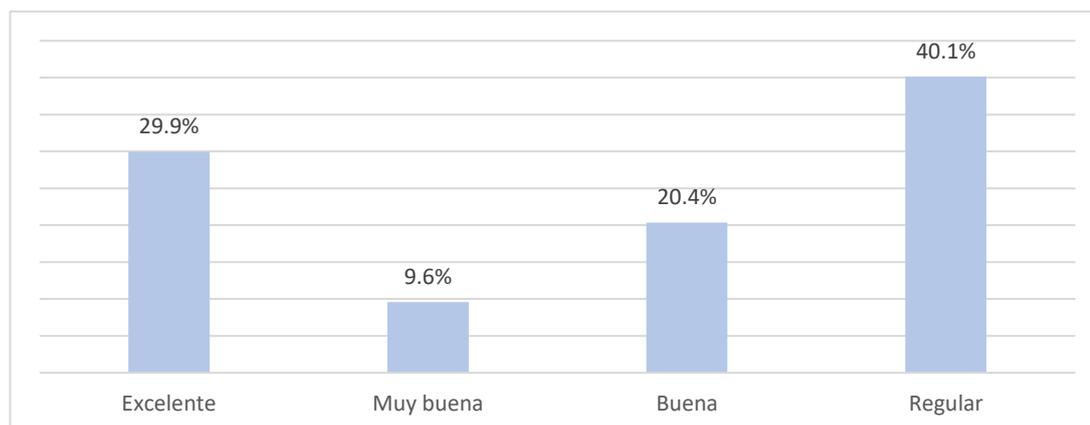
5. ¿Cuándo ha requerido asesoramiento por parte de la empresa este ha sido?

Tabla 18
Asesoramiento.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	50	29.9%
Muy Buena	16	9.6%
Buena	34	20.4%
Regular	67	40.1%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 17
Asesoramiento.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

En el análisis de la respuesta anterior, se tomó como las buenas y regulares como una oportunidad para que la empresa mejore, por esta razón en esta pregunta pueden constatar que los procesos de servicio al cliente están teniendo dificultades, debido que ciertas de las personas concluyen que los procesos de asesoramiento no han sido tan buenos pues hubo algo que mejorar y es aquí donde la empresa deberá de tomar acciones al respecto para evitar que se sigan presentando estas inconformidades. Es importante que la empresa preste atención a estas respuestas y tome medidas para mejorar sus procesos de servicio al cliente y asesoramiento. Esto puede incluir la capacitación de los empleados para mejorar sus habilidades de atención al cliente, la implementación de herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio, y la revisión y optimización de los procesos existentes para garantizar una experiencia de cliente positiva.

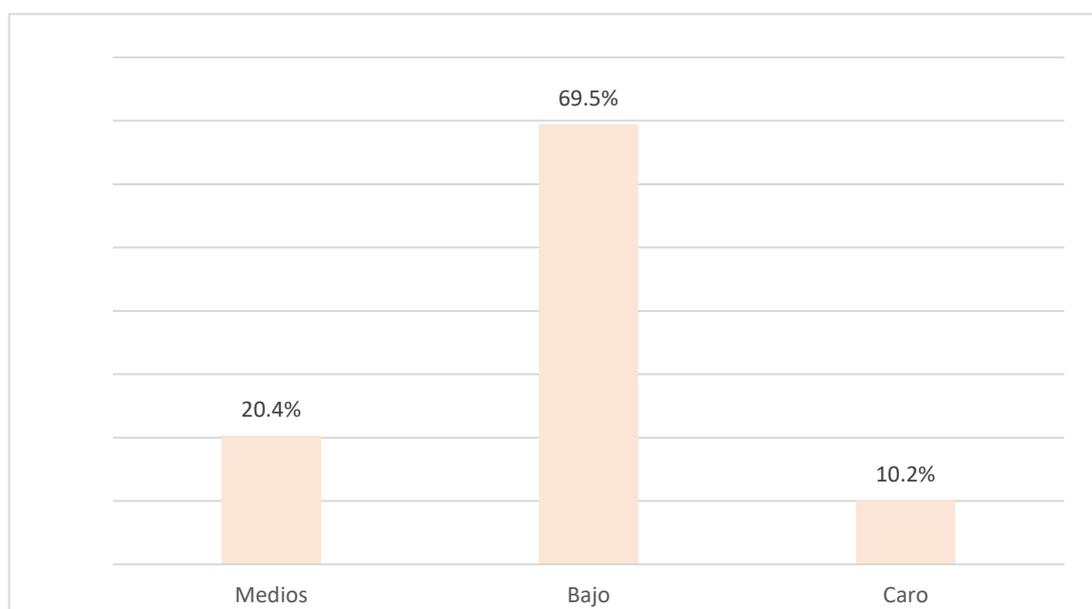
6. ¿Cómo los cataloga a los precios de la empresa?

Tabla 19
Precio de los competidores.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Medios	34	20.4%
Bajo	116	69.5%
Caro	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 18
Precio de los competidores.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Al tabular los datos entregados en la pregunta que consulta como perciben los precios fijados de los productos de la empresa Choopers, se puede constatar que dentro de la percepción de los clientes están posicionados como productos ofertados con un precio bajo. Esto es una buena noticia para la empresa, ya que la percepción de los clientes es que los precios son competitivos y asequibles en comparación con otros negocios similares en el mercado. Esto puede ser un factor clave para mantener la lealtad de los clientes y atraer nuevos compradores. Sin embargo, es importante que la empresa mantenga un equilibrio en la relación calidad-precio de sus productos para seguir manteniendo esta percepción positiva en el mercado.

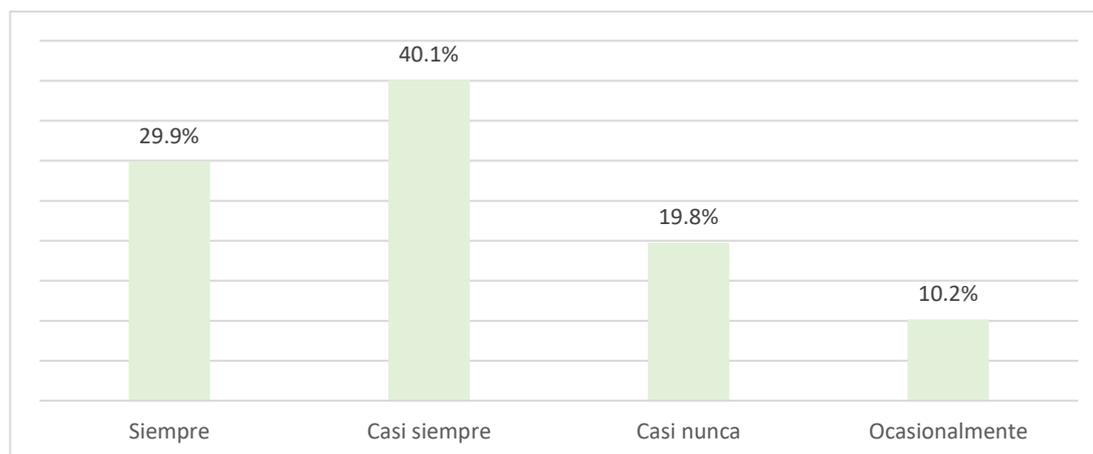
7. ¿Cumple a tiempo la empresa con todos sus pedidos?

Tabla 20
Tiempo de la empresa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	50	29.9%
Casi siempre	67	40.1%
Casi nunca	33	19.8%
Ocasionalmente	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 19
Tiempo de la empresa.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Al tabular la pregunta donde se indagó si los procesos de logística de la empresa cumplen con los tiempos acordados con los clientes, se puede observar que este proceso está realizando sus acciones muy bien, dado que los clientes encuestados respondieron que la logística siempre y casi siempre cumple con los tiempos acordados. Es positivo para la empresa Choppers que los clientes perciban que sus procesos de logística son efectivos y cumplen con los tiempos acordados, ya que esto puede generar una mayor satisfacción en el cliente y fidelización hacia la empresa. Además, esto puede ayudar a mejorar la imagen de la empresa y generar recomendaciones positivas hacia nuevos clientes. Es importante seguir monitoreando y mejorando continuamente los procesos de logística para mantener esta percepción favorable entre los clientes.

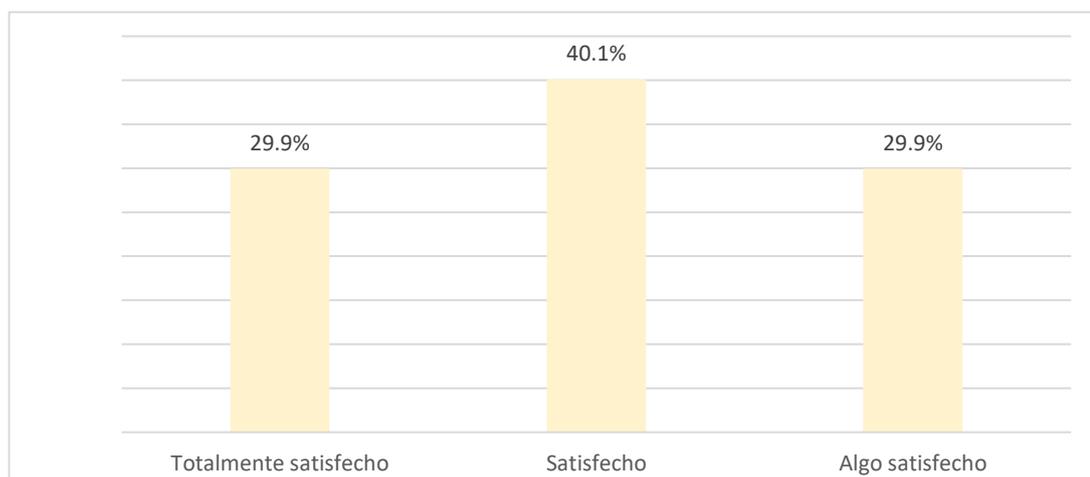
8. ¿Cuál es el grado de satisfacción a nivel de calidad con los productos que le ofrece la empresa?

Tabla 21
Satisfacción.

Detalle	Frecuencia	Porcentgaje
Totalmente satisfecho	50	29.9%
Satisfecho	67	40.1%
Algo satisfecho	50	29.9%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 20
Satisfacción.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

La calidad de los productos es una pieza esencial dentro del proceso de satisfacción y retención de los clientes, por esta razón, se consultó sobre cómo se encuentra su satisfacción con relación a los productos ofertados por la empresa Choopers, aquí podemos constatar que la mayoría de los clientes se encuentra o totalmente satisfecho o satisfecho, podemos observar que, a pesar de los procesos fallidos en el área de servicio al cliente, no presenta ninguna insatisfacción. Es interesante observar que, a pesar de las fallas en el área de servicio al cliente que se identificaron anteriormente, la satisfacción de los clientes con los productos de Choopers es alta. Esto puede sugerir que la calidad de los productos es un factor determinante en la fidelización de los clientes, incluso si la atención al cliente no es siempre satisfactoria

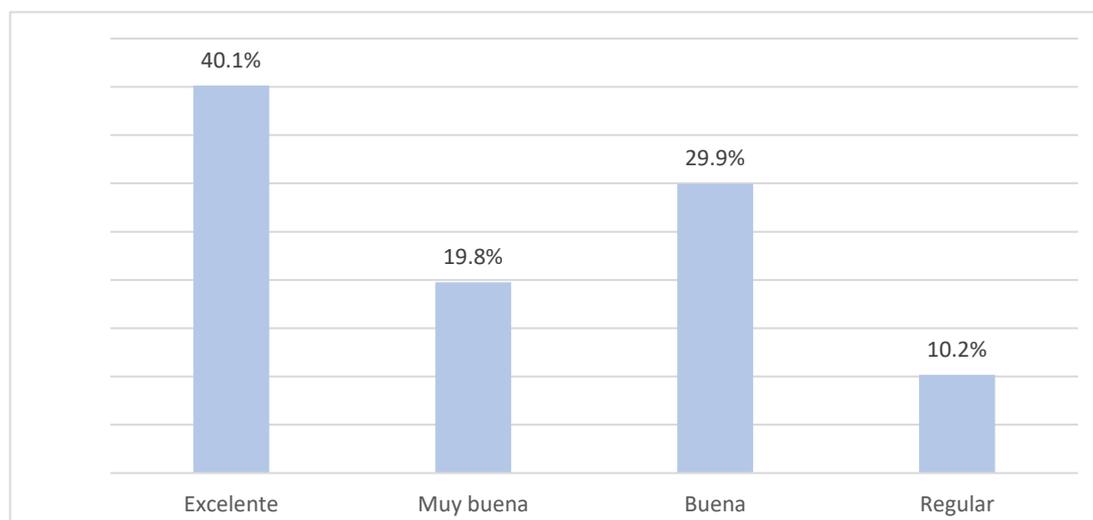
9. ¿Cuál cree que ha sido el grado de desarrollo de la empresa últimamente?

Tabla 22
Grado de desarrollo.

Detalle	Frecuencia	Porcentgaje
Excelente	67	40.1%
Muy buena	33	19.8%
Buena	50	29.9%
Regular	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 21
Grado de desarrollo.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

La percepción del nivel de desarrollo tecnológico de la empresa frente a los clientes, es importante conocerla, por tal razón, se consultó como ellos perciben el desarrollo de la empresa, respondiendo que perciben que el desarrollo es excelente y muy bueno. Es positivo que los clientes perciban que la empresa Choppers está a la vanguardia en cuanto al desarrollo tecnológico se refiere. Esto puede ser una ventaja competitiva para la empresa, ya que la tecnología puede ayudar a mejorar la eficiencia y calidad de los procesos, así como a ofrecer una mejor experiencia al cliente. Sin embargo, es importante que la empresa continúe invirtiendo en tecnología y en capacitación para sus colaboradores, para mantenerse a la vanguardia y seguir brindando un servicio de calidad.

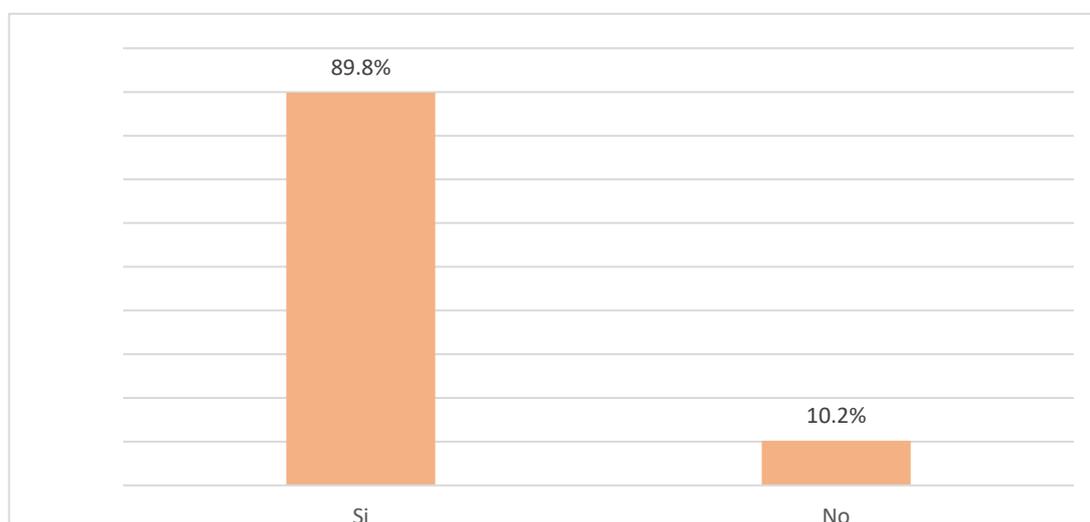
10. ¿Posee el personal de ventas experiencia en el área?

Tabla 23
Personal de ventas.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	89.8%
No	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 22
Personal de ventas.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

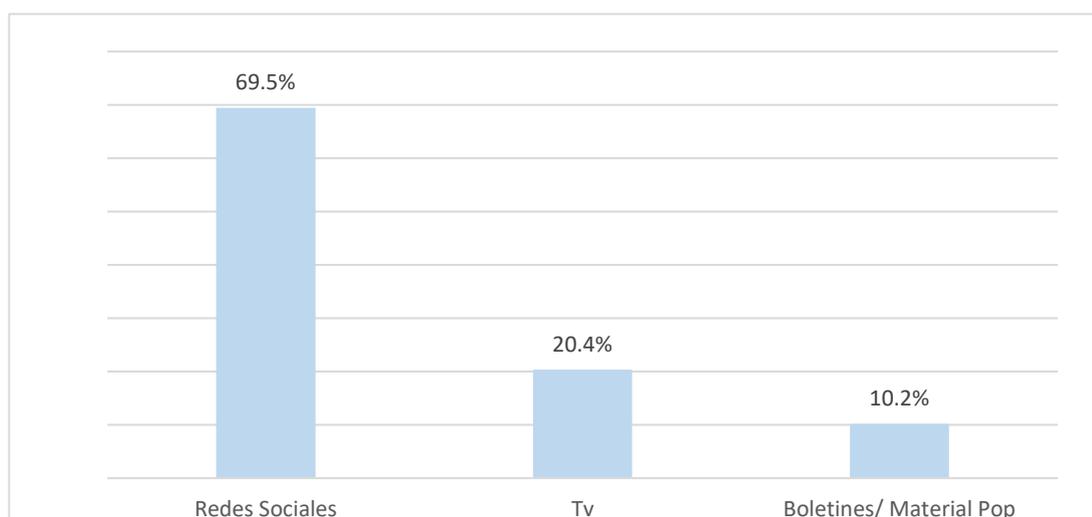
La experiencia es indispensable para garantizar procesos de calidad, por esta razón se debe de priorizar en la (FMOT), cuando el cliente mantiene contacto con la empresa tener un personal con el suficiente conocimiento para asesorar correctamente a los clientes, para esto se debe observar que los vendedores que representan a la empresa Choopers poseen experiencia, dando como resultado que la mayoría de los clientes lo perciben así. La importancia de la experiencia en la gestión de la calidad de los procesos es ampliamente reconocida en los negocios modernos. La experiencia puede ser definida como el conocimiento adquirido a través de la práctica y la exposición a situaciones específicas. En el contexto del servicio al cliente, la experiencia se refiere a la habilidad de los empleados de la empresa para manejar de manera efectiva y eficiente las solicitudes, preguntas, y quejas de los clientes.

11. ¿Por qué medio la empresa da a conocer sus publicidades y promociones?

Tabla 24
Promociones.

Detalle	Frecuencia	Porcentgaje
Redes Sociales	116	69.5%
Tv	34	20.4%
Boletines/ Material Pop	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 23
Promociones.

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Debido al impacto de las nuevas tendencias para obtener información, se consultó a los clientes cual es el medio de comunicación donde conoció de los productos que la empresa ofertaba, se puede constatar la tendencia que las redes sociales están teniendo un impacto positivo sobre las actividades comerciales de la empresa. En el caso de la empresa Choopers, se ha realizado una encuesta a los clientes para conocer cómo conocieron de los productos que ofrece la empresa. Los resultados indican que las redes sociales están teniendo un impacto positivo en las actividades comerciales de la empresa. Esto sugiere que la empresa ha establecido una presencia efectiva en línea y está logrando llegar a una audiencia amplia y diversa.

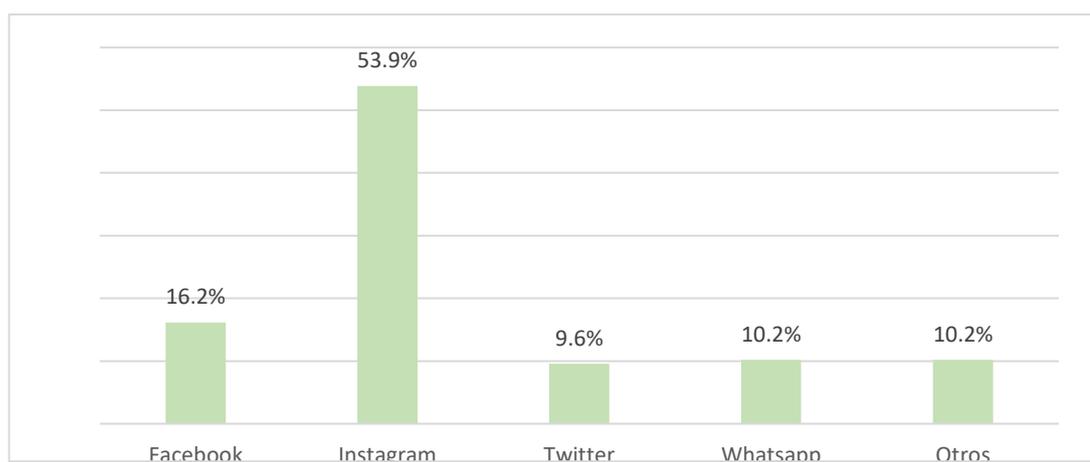
12. ¿En cuáles redes sociales le gustaría mantenerse interactivo con la empresa?

Tabla 25
Redes sociales.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	27	16.2%
Instagram	90	53.9%
Twitter	16	9.6%
WhatsApp	17	10.2%
Otros	17	10.2%

Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Figura 24
Redes sociales.



Nota. Encuesta dirigida a los clientes de confecciones Choopers.

Al consultarle a los clientes cual es la red social donde ellos quisieran que la empresa mantenga mayor contacto, se pudo constatar que el Instagram es la red social que los clientes desean que se potencialicen con más contenido, otros clientes se inclinaron hacia estas redes sociales. En el caso de la empresa Choopers, se realizó una encuesta a los clientes para conocer en qué redes sociales preferían que la empresa mantuviera mayor contacto. Los resultados indicaron que la mayoría de los clientes se inclinaron hacia Instagram como su red social preferida. Es importante destacar que Instagram es una plataforma que se enfoca en contenido visual, lo que puede ser atractivo para las empresas que buscan promocionar productos o servicios de manera visualmente atractiva.

Discusión.

La tesis elaborada por Solís Claudia (2015) titulada "La relación entre la planeación estratégica y la productividad en la empresa Industria Textil del Pacífico S.A., en el distrito de Cercado de Lima en 2015", tuvo como objetivo analizar la conexión entre la implementación de una estrategia planificada y el rendimiento en el área de producción y confección de la empresa Industria Textil del Pacífico S.A., en la ciudad de Lima. El estudio buscó determinar si una adecuada planificación estratégica tenía un impacto positivo en la productividad de los trabajadores en la empresa.

Para investigar este tema, se utilizó un diseño descriptivo correlacional no experimental con un enfoque cuantitativo, que incluyó la participación de 30 trabajadores del área de producción y confección de la empresa. Se utilizaron dos instrumentos para recolectar los datos: una encuesta y un cuestionario graduado en la escala de Likert. Estos instrumentos fueron validados mediante la técnica de opinión de expertos y el cálculo del alfa de Cronbach, para asegurar su confiabilidad y validez. El objetivo de estos instrumentos fue recolectar información sobre la relación entre la planificación estratégica, la productividad en el área de producción y confección de la empresa.

Los resultados obtenidos mediante el análisis del Coeficiente de Pearson (0.788) indicaron una relación positiva significativa entre la planeación estratégica y la productividad en el área de producción y confección de la empresa. Esto indica que cuanto mayor es el grado de planificación estratégica, mayor es la productividad en el área en cuestión. Por lo tanto, se puede concluir que la hipótesis planteada y el objetivo general del estudio son válidos. Los hallazgos sugieren que una adecuada planificación estratégica tiene un impacto positivo en el rendimiento de los trabajadores en el área de producción y confección de la empresa Industria Textil del Pacífico S.A.

Esta investigación dejó en evidencia la necesidad de una planeación estratégica como una de las herramientas más importantes que una empresa debe tener para orientarse hacia el cumplimiento de metas y objetivos, creando estrategias para el mejor funcionamiento, apoyando a los colaboradores en cómo desarrollar su trabajo de la mejor manera y brindándoles guías para una mejor productividad laboral.

Esta investigación dejó en evidencia la necesidad de un plan estratégico como una de las herramientas más importantes que una empresa debe tener para orientar el que hacer de la empresa hacia el cumplimiento de metas y objetivos, creando estrategias para el mejor funcionamiento, apoyando a los colaboradores en cómo desarrollar su trabajo de la mejor manera y brindándoles guías para una mejor productividad laboral, por tal razón es necesario observar los siguientes resultados que a continuación se discute:

Para contestar la primera dimensión y según la encuesta realizada a los colaboradores específicamente de las áreas de administración, empaque, revisión, perchado, corte, servicio al cliente, calidad, serigrafía respectivamente estos coincidieron que se le ha dado a conocer la misión y visión de la empresa siempre con una cifra porcentual del 42.9% seguida de ocasionalmente con una cifra porcentual del 28.6%. Adicional y en respuesta a esta misma pregunta de una muestra de 167 clientes indicaron que si en un valor porcentual del 60% se les hizo conocer la misión y visión de la empresa; afinando los resultados a lo indicado por González Millán y Rodríguez Díaz (2020) que aducen que “La planeación estratégica es un proceso cíclico que comienza con la definición de objetivos corporativos, los cuales se logran a través de estrategias y optimización de los recursos de la organización, mejorando la toma de decisiones de la gerencia” se corrobora que la planeación estratégica es una herramienta poderosa para adaptarse a ambientes cambiantes y lograr eficiencia, eficacia, calidad en la prestación de productos y servicios aunque no es considerada una solución universal para todos los problemas de la organización.

Para contestar la primera dimensión y según la encuesta realizada al gerente, específicamente de las áreas de administración, empaque, revisión, perchado, corte, servicio al cliente, calidad, serigrafía, respectivamente, estos coincidieron que se le ha dado a conocer la misión y visión de la empresa siempre, con una cifra porcentual del 42.9%, seguida de ocasionalmente, con una cifra porcentual del 28.6%. Además, y en respuesta a esta misma pregunta, de una muestra de 167 clientes indicaron que sí, en un valor porcentual del 60%, se les hizo conocer la misión y visión de la empresa en confecciones Choopers ubicada en la comuna Monteverde.

Afinando los resultados a lo indicado por González Millán y Rodríguez Díaz (2020), que aducen que “La planeación estratégica es un proceso cíclico que comienza

con la definición de objetivos corporativos, los cuales se logran a través de estrategias y optimización de los recursos de la organización, mejorando la toma de decisiones de la gerencia”, se corrobora que la planeación estratégica es una herramienta poderosa para adaptarse a ambientes cambiantes y lograr eficiencia, eficacia, calidad en la prestación de productos y servicios, aunque no es considerada una solución universal para todos los problemas de la organización.

Por eso, si aún la organización no ha establecido con certeza su misión, es decir no ha declarado por escrito su razón de ser, sus negocios y propósitos organizacionales, ni tampoco ha establecido a dónde quiere llegar y por qué, debe, en esta primera etapa de planificación, redactar la misión. Luego de que la persona o la organización han establecido su misión, podrá fácilmente planificar en base a estrategias, porque sencillamente todos los objetivos generales y específicos estarán encaminados a que se cumpla la misión.

La productividad laboral puede medirse de varias formas. Una de ellas es la de prestar servicios a los clientes de cualquier índole. Por lo tanto, al realizar esta investigación se utilizó una escala de Likert, donde se les preguntó a los colaboradores de la empresa Textil Chopper lo siguiente: en la pregunta dos, donde se cita que la calidad es del 85% y la innovación en un 14%, mismas que son consideradas fortalezas relevantes dentro del proceso productivo; la principal manera de aumentar la cantidad de productos y servicios a disposición de la sociedad es mediante la producción prestación de una mayor cantidad de productos y servicios disponiendo de la misma cantidad de recursos.

A esto se le suma el estudio de la dimensión “formulación de estrategias”. Se analizó si se difunde políticas, normas y valores empresariales, donde se pudo conocer la percepción del empleado indicando que siempre en un valor porcentual del 64.3% se lo realiza. Observando los resultados de la encuesta, es imprescindible citar a (Ortiz Anaya , 2018) quien aduce que “El análisis externo e interno tiene como objetivo llegar a conclusiones precisas, a pesar de la ausencia de acceso a toda la información de la empresa”. Esto sugiere que, aunque nuestro estudio pudo haber tenido limitaciones en términos de acceso a información completa sobre la empresa, pudimos obtener conclusiones valiosas a través de los datos y percepciones proporcionados por los empleados encuestados.

Conclusiones.

Con los resultados obtenidos a través de la aplicación de las herramientas como; encuestas y entrevista, se evidenció que la empresa carece con una fórmula, se procede a proponer la misión, visión, políticas y valores de la empresa textiles por tanto la planeación empleada por la empresa es netamente empírica, no tiene definido una estructura ni un análisis interno y externo, esto ha contribuido a una baja rentabilidad e influido de manera negativa en su productividad laboral.

Se concluye que las tendencias de la moda son una gran oportunidad de negocio para la empresa, sobre todo el entorno económico tiene grandes oportunidades, pues la economía del país se está desarrollando positivamente, sin embargo, en el análisis interno se encontró que las debilidades en procesos en el área de ventas pueden ser una gran limitante para aprovechar oportunidades y prevenir amenazas y otros elementos que aporten a la productividad.

Se comprobó que el personal administrativo y operativo son productivos en las diferentes áreas de trabajo, lo que genera motivación en los colaboradores, pero no cuentan con el conocimiento que se debe tener sobre la planeación estratégica para desarrollar a cabalidad sus funciones laborales.

En conclusión, implementar estrategias para mejorar la productividad en una empresa es esencial para asegurar su crecimiento y éxito a largo plazo. La productividad es un indicador clave de la eficiencia de una empresa, y aumentarla puede tener un impacto significativo en la rentabilidad, la satisfacción del cliente y la moral de los empleados.

Recomendaciones.

- Se recomienda que se actualice el Foda la misión y visión sea planteada por el tomar en cuenta la planeación estratégica para que ayude a administrar de mejor manera sus recursos y proyectarse a un futuro más certero, con más mecanismos y estrategias para aprovechar sus oportunidades y contrarrestar amenazas.
- Realizar un estimado de ventas que permita programar el requerimiento de materiales a fin de negociar precios con los proveedores y otros elementos que aporten a la productividad
- Se recomienda que los mandos gerenciales, al finalizar la elaboración de la planeación estratégica den a conocer a los colaboradores para su ejecución, además de capacitar en las diferentes áreas de trabajo a los colaboradores mediante los análisis y estudios de la planeación estratégica para su correcta implementación para el logro de objetivos de dicha microempresa.
- Se recomienda implementar estrategias que mejoren la productividad de la empresa tales como
 - ❖ Establecer metas claras y específicas: Es importante definir objetivos claros y medibles para el equipo de trabajo. Establecer metas específicas puede ayudar a mantener a los empleados enfocados y motivados.
 - ❖ Automatizar procesos repetitivos: En la medida de lo posible, se pueden utilizar herramientas y tecnologías para automatizar procesos repetitivos y ahorrar tiempo. Por ejemplo, utilizar software de contabilidad en lugar de hacer registros manuales.
 - ❖ Capacitación y desarrollo de habilidades: Brindar capacitación y desarrollo de habilidades a los empleados puede mejorar su eficiencia y productividad. Los empleados pueden adquirir nuevas habilidades y conocimientos que pueden aplicar a su trabajo.
 - ❖ Promover la colaboración y el trabajo en equipo: La colaboración y el trabajo en equipo pueden mejorar la productividad y fomentar la creatividad y la innovación. Se pueden establecer reuniones de equipo y espacios de trabajo colaborativos para fomentar la comunicación y el intercambio de ideas.

Apéndice 1

Matriz de consistencia

Matriz de consistencia						
Tema	Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Planeación estratégica y productividad en confecciones Choopers de la comuna Monteverde, provincia de Santa Elena, año 2022.	¿En qué medida la planeación estratégica contribuye a mejorar la productividad en confecciones Choopers de la comuna Monteverde, provincia de Santa Elena?	Objetivo General	Planeación Estratégica	Filosofía Empresarial	Misión-Visión.	Enfoque: Método cuantitativo
					Objetivos	
					Valores	
		Análisis estratégico		Análisis Interno		
				Análisis Externo		
		Formulación de estrategias		Estrategias	Alcance: Investigación descriptiva	
				Políticas		
				Proyectos		
		Control estratégico		Motivación		
Seguimiento						
Orientación						

	Sistematización del problema	Objetivo Específico	Productividad laboral	Eficacia	Ambiente laboral.	Población: 14 Trabajadores Muestra: 263 Clientes					
	¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual en la empresa confecciones Choopers de la comuna Monteverde?	Diagnosticar la situación actual de la planeación y la productividad en confecciones Choopers de la comuna Monteverde.			Eficiencia		Capacitaciones	Comunicación	Técnica de recolección Entrevistas - encuesta		
	¿Cuáles elementos de la planeación estratégica aportan a la productividad de confecciones Choopers?	Identificar los elementos de la planeación estratégica que aporten a la productividad de confecciones Choopers de la comuna Monteverde.					Recursos	Fuerza		Produccion	Técnica de recolección Entrevistas - encuesta
	¿Qué estrategias contribuirán a la productividad de la empresa confecciones Choopers?	Discriminar las estrategias idóneas que contribuirán a la eficiencia en la productividad de confecciones Choopers de la comuna Monteverde.		Producción		Acción		Materiales		Técnica de recolección Entrevistas - encuesta	
						Humanos		Financieros			
						Capacidad de produccion	Fluidez en los trámites				
					Cambio de actitud.						

Apéndice 2. Formato de entrevista.



**Facultad de
Ciencias Administrativas**
Administración de Empresas

ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL O DUEÑO DEL NEGOCIO

1. ¿Considera usted que confecciones Choopers cuenta con un documento formal que contenga la misión, visión, objetivos, políticas y reglas diseñados para regular y orientar el progreso de la empresa?

2. ¿Quiénes son los encargados de realizar las respectivas gestiones administrativas dentro de la empresa confecciones Choopers? ¿En qué han basado su gestión?

3. ¿Qué valores se practica dentro de la empresa confecciones Choopers?

4. ¿En qué área se desempeña de la empresa confecciones Choopers?

5. ¿Quiénes son los encargados de realizar las respectivas gestiones administrativas dentro de confecciones Choopers? ¿En qué han basado su gestión?

6. ¿Qué considera usted como positivo dentro de confecciones Choopers, que se podría potenciar más aún?

7. ¿Qué aspectos negativos reconoce que deberían cambiarse dentro del en la empresa confecciones Choopers?

8. ¿Por qué cree usted que es importante la elaboración de un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión administrativa y que este a su vez contribuya positivamente en la empresa confecciones Choopers?

9. ¿Qué puntos creen que son indispensables para que el plan estratégico funcione?

10. ¿Cómo se vislumbra la empresa en los próximos cinco años

Apéndice 3. Bosquejo de las encuestas aplicadas a los colaboradores.



Facultad de
Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

ESCALA DE PRODUCTIVIDAD LABORAL

Edad: _____ Sexo: M _____ F _____

Departamento: _____

Puesto que desempeña: _____

Antigüedad en la empresa: _____

La presente encuesta tiene la finalidad de medir la productividad de los colaboradores dentro de la empresa. Los datos que usted proporcione se usarán específicamente para el estudio de tesis titulado “**PLANEACION ESTRATÉGICA Y PRODUCTIVIDAD EN CONFECCIONES CHOOPERS DE LA COMUNA MONTEVERDE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**”. Por lo cual se le solicita su aporte.

El propósito de esta pregunta va orientado a consolidar las fortalezas de la compañía **Filosofía Empresarial**

1. ¿Le ha dado a conocer en Confecciones Choopers el pensamiento estratégico de la empresa: ¿Misión, visión, objetivos?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

Análisis Estratégico

2. ¿Cuál de las siguientes considera fortalezas del proceso productivo?

Calidad	<input type="checkbox"/>
Automatización	<input type="checkbox"/>
Economía	<input type="checkbox"/>
Agilidad de servicio	<input type="checkbox"/>
Innovación	<input type="checkbox"/>

3. Desde su punto de vista como empleado Confecciones Choopers ¿Cómo percibe a la institución dentro del mercado manufacturero?

Reconocida	<input type="checkbox"/>
En conocimiento	<input type="checkbox"/>

Evolución	<input type="checkbox"/>
Declive	<input type="checkbox"/>

Formulación estratégica

4. ¿Se inculca dentro de la organización políticas, normas y valores empresariales a seguir?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

Control estratégico

5. ¿Siente que en su trabajo hay estímulos y motivación apropiada?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

6. ¿Poseen un sistema informático para el control del negocio?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

Eficacia

7. ¿Evalúan cómo es la relación con sus compañeros de trabajo?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

8. ¿Se ha aplicado inducción en algún momento en las funciones de su cargo, responsabilidades, derechos y deberes?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>

Casi siempre
 Siempre

Recursos Utilizados

9. Cuenta con los elementos necesarios para realizar su trabajo (Maquina, rematadores, tijeras, pasa agujas, etc.)

Nunca
 Casi nunca
 Ocasionalmente

Casi siempre
 Siempre

10. ¿Se asigna las funciones de trabajo a cada empleado de manera oportuna?

Nunca
 Casi nunca
 Ocasionalmente

Casi siempre
 Siempre

11. ¿Cómo es el precio de sus productos comparados con los de la competencia?

Totalmente satisfecho
 Satisfecho
 Algo satisfecho
 Insatisfecho
 Totalmente insatisfecho

Producción obtenida

12. ¿Para la compra de mercaderías se revisan las órdenes de compra?

Nunca
 Casi nunca
 Ocasionalmente
 Casi siempre
 Siempre

Apéndice 4. Formato de encuesta aplicadas a clientes de la empresa confecciones

Choopers

ENCUESTA A CONSUMIDORES

1. ¿Conoce usted cual es la misión y la visión de la empresa Confecciones Choopers?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cada qué tiempo realiza pedidos de productos a la empresa Confecciones Choopers?

Una vez a la sem	<input type="checkbox"/>	
Mensualmente	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	Trimestralmente
	<input type="checkbox"/>	Semestralmente
Anualmente	<input type="checkbox"/>	

3. ¿Cómo considera el nivel de calidad los productos que fabrica la empresa?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo considera usted la atención al cliente recibido en la empresa?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuándo ha requerido asesoramiento por parte de la empresa este ha sido?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Mala

6. ¿Cómo los cataloga a los precios de la empresa?

Caros	<input type="checkbox"/>
Medios	<input type="checkbox"/>
Bajos	<input type="checkbox"/>
Muy bajos	<input type="checkbox"/>

7 ¿Cumple a tiempo la empresa con todos sus pedidos?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuál es el grado de satisfacción con los productos que le ofrece la empresa?

Totalmente satisfecho	<input type="checkbox"/>
Satisfecho	<input type="checkbox"/>
Algo satisfecho	<input type="checkbox"/>
Insatisfecho	<input type="checkbox"/>
Totalmente insatisfecho	<input type="checkbox"/>

9 ¿Cuál cree que ha sido el grado de desarrollo de la empresa últimamente?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

10 ¿Posee el personal de ventas experiencia en el área?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

11 ¿Por qué medio la empresa deja conocer sus publicidades y promociones?

Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Boletines y/o material POP	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>

12 ¿En cuáles Redes sociales le gustaría mantenerse interactivo con la empresa?

Facebook	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
WhatsApp	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Apéndice 5. Evidencias del desarrollo del trabajo de investigación.

Imagen 1 Evidencias de entrevista.



Imagen 2 Evidencia de encuesta.



Imagen 3 Evidencia de encuestas de los colaboradores de Choopers.



Imagen 4 Evidencia de encuestas a los colaboradores.



Apéndice 6. Carta aval.



MONTEVERDE, 7 DE FEBRERO DEL 2023

CARTA AVAL

En consideración de la petición de la **SRA. GONZALEZ ORRALA GINGER TATIANA** con cedula de identidad **2400280257**, estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema "**PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y PRODUCTIVIDAD EN CONFECCIONES CHOOPERS DE LA COMUNA MONTEVERDE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022.** ",procede a la aprobacion de la solicitud, comprometiendose a brindar la apertura, el apoyo y la informacion necesaria para el desarrollo de la respectiva tesis, autorizando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena subir dicho trabajo a la plataforma web de la institucion.

Atentamente:

JAMILEX BORBOR TIGRERO
PROPIETARIA EMPRESA CHOOPER'S

Apéndice 7. Certificado de 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: **"Planeación Estratégica y productividad en Confecciones Choopers de la Comuna Monteverde Provincia de Santa Elena, año 2022"** planteado por el estudiante **Gonzalez Orrala Ginger**, 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, 31 enero de 2023

Ing. Tomalá Uribe José Xavier, MSc.

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

Apéndice 8. Ficha de informe de opinión de expertos.



Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: "Planeación Estratégica y productividad en Confecciones Choopers de la Comuna Monteverde Provincia de Santa Elena, año 2022"

Autor del instrumento: Gonzalez Orrala Ginger Tatiana

Nombre del instrumento: Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					X
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 31 enero de 2023

**Firma del Experto Informante
Ing Tomalá Uribe José Xavier, MSc.**

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

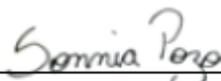
Yo, Ing. Sonia Alexis Pozo Del Pezo, Mgtr. Certifico: Que he revisado la redacción y ortografía del Trabajo de Integración Curricular denominado: **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y PRODUCTIVIDAD EN CONFECCIONES CHOOPERS DE LA COMUNA MONTEVERDE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**, elaborado por la estudiante Gonzalez Orrala Ginger Tatiana, previo a la obtención del título de: **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- Se maneja con conocimiento y precisión en la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto, es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magíster, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,



Ing. Sonia Pozo Del Pezo, Mgtr.
Registro SENESCYT 1023-2022-2499815
Cuarto Nivel

Bibliografía

- Acevedo Gamboa, D. (2019). *Medición y Control en la Gestión y Resultados* (Cuarta Edición ed.). Obtenido de <https://acortar.link/doPQpu>
- Alicia Alles, M. (2019). *Formación, Capacitación, Desarrollo*. Buenos Aires , Argentina : Granica. Obtenido de <https://acortar.link/Lputgx>
- Álvarez Sánchez , A., & García Navarro , J. J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex. Obtenido de <https://acortar.link/Hv0Oup>
- Álvarez Sánchez , A., & García Navarro , J. J. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex. Obtenido de <https://acortar.link/Hv0Oup>
- Alvesson, M., Ramirez , M., & Gonzalez Miranda, D. (2017). *Tratado de estudios organizacionales*. Eafi. Obtenido de <https://acortar.link/dfmYiK>
- Ampuero Neira , E. B., & Pari Marquera , D. (2017). *La Planificación Estratégica como Herramienta de Gestión Para Promover la Productividad en la Empresa Textil Ocean Evi Sac, del Distrito de San Luis - Lima, 2017*. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/2985/AMPUE-RO-PARI-Tesis-planificacion-estrategica-2017%20-%20FACE-UNE.docx.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arguello Pazmiño , A. M., Llumiguano Poma , M. E., Gavilánez Cárdenas , C. V., & Torres Ordoñez , L. H. (2020). *Administración de Empresas Elementos Básicos*. Bolivar, Ecuador: Pons Publishing House. Obtenido de <https://acortar.link/UNUPxp>
- Arguello Pazmiño , A. M., Llumiguano Poma , M. E., Gavilánez Cárdenas , C. V., & Torres Ordoñez, L. H. (2020). *Administración de Empresas*. Bolivar, Ecuador: Pons Publishing House. Obtenido de <https://acortar.link/hFDsa2>
- Arguello Pazmiño , A. M., Llumiguano Poma , M. E., Gavilánez Cárdenas , C. V., & Torres Ordoñez, L. H. (2020). *Administración de Empresas*. Bolivar, Ecuador: Pons Publishing House. Obtenido de <https://acortar.link/hFDsa2>

- Arguello Pazmiño , A. M., Llumiguno Poma , M. E., Gavilánez Cárdenas , C. V., & Torres Ordoñez , L. H. (2020). *Administración de Empresas*. Bolivar, Ecuador: Pons Publishing House. Obtenido de <https://acortar.link/hFDsa2>
- Banguero Lozano, E. E., Carrillo Rodríguez, L. A., & Aponte Jaramillo, E. (2018). *Planeación y Gestión Estratégica de las organizaciones: Conceptos, Métodos y Casos de Aplicación*. Santiago de Cali : Programa Editorial.
- Banguero Lozano, H. E., Carrillo Rodríguez, L. A., & Aponte Jaramillo , E. (2018). *Planeación y Gestión Estratégica de las Organizaciones: Conceptos, Métodos y Casos de Aplicación*. Santiago de Cali : Programa Editorial.
- Bolaños, H. (2021). *El valer de los valores La gestion de intagibles en tioempos tirbulentos*. Amazon Kindle. Obtenido de <https://acortar.link/mJTFOh>
- Bravo Carpio, J. L., & Cuzme Ortega , K. E. (2012). *Análisis Sectorial de la Industria Tetil Ecuatoriana y Diseño de un Modelo ce Planeación Estratégica para la Empresa Modatex S.A*. Obtenido de <https://acortar.link/hzw3Tk>
- Caldas Blanco, M. E., Gregorio Arroyo , A., & Higalco Ortega , M. L. (2019). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial* . Editex.
- Cardenas S., M. (2020). *Introducción a la economía colombiana*. Alpha. Obtenido de <https://acortar.link/7g3AC5>
- Ciro Gallo , E. O. (2020). Evaluación de metodología de planeación estratégica en pymes del sector confección: estudio de caso. *Revista Seo*, 7(13), 28. doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.1634>
- COMERCIO, C. D. (2019). *CÓDIGO DE COMERCIO*. Ecuador: Lexis files.
- Cuatrecasas, L. (2022). *Manual de organización e ingeniería de la producción y Gestión de Operaciones*. Profit Editorial. Obtenido de <https://acortar.link/pyaaQL>
- Cuenca, J., & Verazzi , L. (2020). *Comunicación interna total: Estrategia, prácticas y casos*. Editorial UOC. Obtenido de <https://acortar.link/DYNUgF>
- De la Parra Paz, E. (1997). *Guia Práctica para lograr calidad en el servicio*. Grupo editorial ISEF. Obtenido de <https://acortar.link/XVdeF2>

- Del Cisne Espinoza , B., Apolo Solano, X. P., Morocho Ulloa , M. A., Zambrano Salazar , N. C., & González Ordoñez, A. (2017). Planificación estratégica para la empresa Lollipop, ubicada en la ciudad Machala, provincia El Oro, Ecuador. 2(2), 12. doi:<http://gis.unicafam.edu.co/index.php/gis/article/view/55/94>
- Diseño, D. d. (2020). *Productividad y Desarrollo 9*. IGER Talleres graficos. Obtenido de <https://acortar.link/c1CAJn>
- Enciso Santocildes, M., Bengoerxea Alkorta , A., & Uriarte Zabala , L. (2021). *Relato sobre la economía social en el país Vasco*. Madrid, España: Dykinson S.I. Obtenido de <https://acortar.link/1yAVzE>
- Gobierno del Ecuador. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Lexis . Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- González Millán , J. J., & Rodríguez Díaz, M. T. (2020). *Manual Práctico de Planeación Estratégica*. Ediciones Díaz Santos. Obtenido de <https://acortar.link/zWfI81>
- González Millán, J. J., & Rodríguez Díaz, M. T. (2020). *Manual Práctico de Planeación Estratégica*. Bogotá, Colombia: <https://books.google.com.ec/>. Obtenido de <https://acortar.link/dA2hTg>
- Gustavo , G. (2017). *Gestion de cambios organizacionales*. Abediciones. Obtenido de <https://acortar.link/zuQE6A>
- Hernandez. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.
- Hiriyappa. B. (2019). *Análisis de Estrategias de Negocios*. BabelCube Inc. Obtenido de <https://acortar.link/Koji0j>
- Hiriyappa. B. (2019). *Análisis estratégico de negocios*. Babelcube Inc. Obtenido de <https://acortar.link/Koji0j>
- Illera Dulce, L. E., & Illera , J. C. (2015). *Política Empresarial* (Segunda Edición ed.). Editorial Cesa. Obtenido de <https://acortar.link/HYjR2I>
- Laura Díaz, V. (2018). *Teletabajo y neurotecnología*. Epub. Obtenido de <https://acortar.link/PRmoCN>

Meza Orozco , J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://acortar.link/qvliYy>

Navajo , P. (2009). *Planificiación Estratégica en organizaciones no lucrativas*. Madrid, España: Narcea Ediciones. Obtenido de <https://acortar.link/blfFby>

Orejuela , J., Malvezzi, S., & Peiro, J. (2020). *Desafíos en la formación de psicólogos de las organizaciones y el trabajo*. Eafit. Obtenido de <https://acortar.link/aRmhGK>

Ortiz Anaya , H. (2018). *Análisis Financieros aplicado, bajo NIIF*. Colombia: Univerdad Externado. Obtenido de <https://acortar.link/wurbV8>

Osorio Tinoco , F., Hernández Espallardo , M., & Rodríguez Orejuela , A. (2020). *Orientación al Mercado y la Ventaja Competitiva* (Primera Edición ed.). Cali , Colombia : Programa Editorial Univalle. Obtenido de <https://acortar.link/rCORs6>

Ramírez de López, S., & Hurtado Restrepo , M. C. (2018). *Consultoría Empresarial Retos, Reflexiones y aprendizajes* (Primera Edición ed.). Bogotá, Colombia : Bogotá Ediciones de la U. Obtenido de <https://acortar.link/JUdBIb>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (2020). *FOMENTO AL EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS*. Lexis. Obtenido de <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (2020). *FOMENTO AL EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS*. Lexi. Obtenido de <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>

Reglamento General a la ley organica de emprendimiento e innovación. (2020). *Reglamento General a la ley orgánica de emprendimiento e innovación*. Lexis. Obtenido de <https://epico.gob.ec/wp->

content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf

Republica del Ecuador. (2008). *Constitución de la republica del ecuador*. Lexis. Obtenido de <https://acortar.link/KTgFc>

Rodríguez Trujillo , R. R. (2018). *Planificación Estratégica*. <https://books.google.com.ec/>. Obtenido de <https://acortar.link/p1STfz>

Roseth, B., Reyes, A., & Santiso , C. (2018). *El fin del trámite eterno*. New York : Inter-American Development Bank. Obtenido de <https://acortar.link/kKA6ap>

Sanchez Garcia , E., Marco Lajara, B., Seva Larrosa, P., & Martínez Falcó, J. (2022). *Localización, capacidades Empresariales e innovación*. Obtenido de <https://acortar.link/xUVBD9>

Silva Rorrvalva , H. J. (2020). Planeamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del emporio comercial de Gamarra. *Universidad del Pacífico*, 28(58), 8. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v28i58.19261>

Singuenza , C. (2021). *Cómo Diseñar un Producto Global y conseguir Integrarlo en Nuestro Proyecto Hotelero*. Barcelona: Europa Edizioni. Obtenido de <https://acortar.link/gOTEBj>

Solis Alberca , C. M. (2015, Diciembre). *Planeación Estratégica y su Relación con la Productividad de los Trabajadores en la Empresa Industria Textil de Pacífico S.A., Cercado de Lima, 2015*. Lima - Peru: Universidad Cesar Vallejo . Obtenido de <https://acortar.link/PTGw8r>

Tarzijan M, J. (2018). *Fundamentos de Estrategia Empresarial*. Santiago de Chile, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile. Obtenido de <https://acortar.link/aWMGxg>

Tarziján M, J. (2018). *Fundamentos de Estrategia Empresarial* (Quinta Edición ed.). Santiago de Chile, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile. Obtenido de <https://acortar.link/Cpetrq>

Townsend, J. (2018). *Lidera con tu Intuición*. Editorial Vida. Obtenido de <https://acortar.link/3JFkBT>

Ventura, J. (2009). *Análisis Estratégico de la Empresa*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo. Obtenido de <https://acortar.link/qR1V0m>

Wulf Betancourt , E. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial*. Editorial Universidad de la Serena. Obtenido de <https://acortar.link/iDapYH>