



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**La planificación estratégica y la gestión organizacional en el grupo
SIMAA del cantón Riobamba provincia de Chimborazo**

**Trabajo de titulación para optar al título de Licenciada en
Administración de Empresas**

Autor

Samaniego Vargas, Shirley Mishell

Tutor

PhD. Pablo Enrique Fierro López


Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Shirley Mishell Samaniego Vargas, con cédula de ciudadanía 1206698563, autora del trabajo de investigación titulado: LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN EL GRUPO SIMAA CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 19 de diciembre del 2025



Shirley Mishell Samaniego Vargas

C.I: 1206698563

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Ing. Pablo Enrique Fierro López PhD catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN EL GRUPO SIMAA DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, bajo la autoría de Shirley Mishell Samaniego Vargas; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 19 días del mes de diciembre de 2025



Ing. Pablo Enrique Fierro López

C.I: 060267783-3

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado, para la evaluación del trabajo de investigación LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN EL GRUPO SIMAA DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, por Shirley Mishell Samaniego Vargas, con cédula de identidad número 120669856-3, bajo la tutoría de Ing. Pablo Enrique Fierro López, PhD, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este, con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchado la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 19 de diciembre del 2025

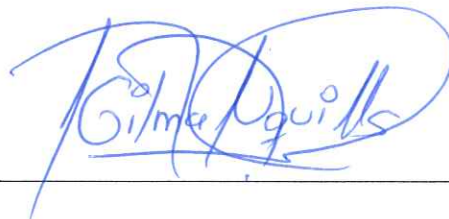
Ing. Rene Basantes PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Rosalina Balanzategui Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Gilma Uquillas Mgs
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **SAMANIEGO VARGAS SHIRLEY MISHHELL** con CC: **1206698563**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN EL GRUPO SIMAA DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, tiene el 6 % de IA y el 6% de similitud, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 17 de diciembre de 2025

Ing. Pablo Enrique Fierro López PhD
TUTOR(A)

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico, en primer lugar y con profunda gratitud, a Dios, quien ha sido mi guía constante, mi inagotable fuente de fortaleza y la firme mano que me ha sostenido y permitido continuar cada día hasta alcanzar esta culminación. A él elevo mi sincero agradecimiento por impulsarme en cada paso, por iluminar mi camino y por ser el principal protagonista en la consecución de mis anheladas metas. Este logro es también fruto directo de mis esfuerzos perseverantes y de la inquebrantable constancia que he dedicado al ferviente deseo de superarme y triunfar en esta carrera.

Shirley Mishell Samaniego Vargas

AGRADECIMIENTO

Elevo mi más profundo agradecimiento a Dios Todopoderoso por concederme el invaluable regalo de la salud y la vida, pilares fundamentales que me han permitido emprender y culminar este significativo camino. A él le debo la energía y la perseverancia necesarias para superar los desafíos y alcanzar mis objetivos.

Extiendo también mi sincero y profundo reconocimiento a los estimados docentes de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), quienes hicieron que me enamore de la carrera desde el primer día y a mi tutor Dr. Pable Enrique Fierro López le agradezco muy profundamente por su paciencia, en cada una de las correcciones, por compartir sus conocimientos y por su orientación en cada paso de este proceso. Su dedicación y compromiso al impartir sus valiosos conocimientos de la mejor manera posible han sido cruciales para mi formación profesional y para alcanzar las metas que me tracé al inicio de esta carrera.

Agradezco profundamente el haber abierto sus puertas y brindarme la invaluable oportunidad de realizar mi proyecto de investigación a los propietarios del grupo SIMAA, por haberme brindado la información necesaria para realizar todo el enriquecedor proceso de investigación profesional que hoy culmina.

Shirley Mishell Samaniego Vargas

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS.....	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN.....	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	15
1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 General.....	16
1.2.2 Específicos.....	16
CAPÍTULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Estado del arte	17
2.1.1 Grupo SIMAA	18
2.1.2 Misión, visión, nuestros pilares y ubicación.....	18
2.1.3 Producción de snacks en Ecuador	19
2.1.4 Producción de snacks a base de harina de maíz	20
2.1.5 Tipo de comercialización.....	20
2.1.6 Empresas dedicadas a la comercialización de snacks	21
2.2 Fundamento teórico	21
2.2.1 Planear	21
2.2.2 Estratégica	22
2.2.3 Planificación estratégica.....	22

2.2.4	Elementos de la planificación estratégica.....	23
2.3	Gestión organizacional	24
2.3.1	Definición de gestión.....	24
2.3.2	Definición de organización.....	24
2.3.3	Gestión organizacional	24
2.3.4	Elementos de la gestión organizacional	25
CAPÍTULO III.		26
3.	METODOLOGÍA.....	26
3.1	Método hipotético-deductivo.....	26
3.2	Tipo de investigación	27
3.2.1	Descriptiva.....	27
3.3	Investigación de campo	27
3.4	Hipótesis.....	27
3.5	Técnicas e instrumentos.....	28
3.5.1	Técnica.....	28
3.5.2	Instrumento.....	28
3.6	Población y muestra	28
3.6.1	Población	28
3.6.2	Muestra	29
CAPÍTULO IV.		30
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1	Análisis de normalidad de datos.....	30
4.1.1	Análisis de confiabilidad	31
4.1.2	Análisis de Alfa de Cronbach.....	32
4.2	Análisis de resultados	33
4.3	Comprobación de hipótesis	47
4.3.1	Hipótesis	47
4.3.2	Cálculo del Chi cuadrado	47
4.3.3	Análisis	48
CAPÍTULO V.		49
5.	CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	49
5.1	Conclusiones.....	49
5.2	Recomendaciones	49

CAPÍTULO VI.....	51
6. PROPUESTA	51
6.1 Tema de la propuesta.....	51
6.1.1 Objetivo	51
6.2 Modelo de Planificación estratégica propuesto	51
6.2.1 Nueva misión y visión del grupo SIMAA.....	51
6.2.2 Como formular la misión.....	51
6.2.3 Como evaluar la misión.....	53
6.3 Metodología para desarrollar la visión	53
6.3.1 Evaluación de la Visión Organizacional	54
6.4 Pasos para definir Valores	55
6.4.1 Valores aplicados específicamente en la empresa.....	55
6.4.2 Evaluación de los Valores Organizacionales del grupo SIMAA	56
6.4.3 Los valores institucionales del grupo SIMAA establecidos.....	57
6.5 Lineamientos formulación políticas	57
6.5.1 Alineamientos para Elaborar Políticas Empresariales.....	57
6.5.2 Políticas aplicadas específicamente en la empresa.....	57
6.5.3 Evaluación de las políticas del grupo SIMAA	58
6.5.4 Las políticas institucionales del grupo SIMAA establecidos	59
6.6 Objetivos estratégicos.....	59
6.6.1 Formulación de los objetivos estratégicos.....	59
6.6.2 Objetivos establecidos	60
6.7 Análisis FODA	61
6.7.1 Cuadro de acciones.....	62
7. BIBLIOGRAFÍA.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Total de trabajadores del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	28
Tabla 2: Pruebas de normalidad	30
Tabla 3: Interpretación del coeficiente del Alfa de Cronbach.....	31
Tabla 4: Resumen del procesamiento de los casos.....	32
Tabla 5: Alfa de Cronbach	32
Tabla 6: Estadísticos de la escala	32
Tabla 7: ¿Se siente identificado con la visión de la organización?	33
Tabla 8: ¿Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización?.....	34
Tabla 9: ¿Cómo logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido?	35
Tabla 10: ¿Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo?.....	36
Tabla 11: ¿Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función?	37
Tabla 12: ¿Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos?.....	38
Tabla 13: ¿Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir?.....	39
Tabla 14: ¿Considera que las funciones de cada área están claramente definidas?	40
Tabla 15: ¿Cree que su área o equipo cumple con los objetivos establecidos de manera oportuna y eficiente?	41
Tabla 16: ¿Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales?.....	42
Tabla 17: ¿Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área?.....	43
Tabla 18: ¿Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales?.....	44
Tabla 19: ¿Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación?.....	45
Tabla 20: ¿Usted participa en las actividades institucionales programadas?	46
Tabla 21: Pruebas de chi-cuadrado	47
Tabla 22: Cómo evaluar la misión.....	53
Tabla 23: Evaluación de la Visión Organizacional	54
Tabla 24: Evaluación de los Valores	56
Tabla 25: FODA	61
Tabla 26: Cuadro de acciones.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2: Ubicación del grupo SIMAA.....	19
Figura 3: ¿Se siente identificado con la visión de la organización?.....	33
Figura 4: ¿Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización?.....	34
Figura 5: ¿Cómo logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido?.....	35
Figura 6: ¿Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo?.....	36
Figura 7: ¿Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función?	37
Figura 8: ¿Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos?.....	38
Figura 9: ¿Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir?.....	39
Figura 10: ¿Considera que las funciones de cada área están claramente definidas?.....	40
Figura 11: ¿Cree que su área o equipo cumple con los objetivos establecidos de manera oportuna y eficiente?	41
Figura 12: ¿Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales?.....	42
Figura 13: ¿Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área?	43
Figura 14: ¿Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales?.....	44
Figura 15: ¿Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación?.....	45
Figura 16: ¿Usted participa en las actividades institucionales programadas?.....	46

RESUMEN

La investigación titulada “LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN EL GRUPO SIMAA DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO” analiza la relación existente entre la estructuración estratégica y la eficiencia administrativa de una empresa agroindustrial dedicada al procesamiento de maíz. El estudio parte del reconocimiento de que la ausencia de una planificación formal limita la coordinación interna, genera improvisación en la toma de decisiones y obstaculiza la competitividad empresarial. Mediante un enfoque descriptivo y la aplicación del método hipotético-deductivo, se evaluaron los componentes de la planificación y su incidencia en la gestión organizacional a través de encuestas aplicadas a todo el personal del grupo.

Los resultados evidencian deficiencias en la comunicación institucional, escasa definición de responsabilidades, insuficiente seguimiento del desempeño y débil cohesión entre áreas. El análisis estadístico mediante la prueba de Chi-cuadrado confirmó una relación significativa entre la claridad de los objetivos estratégicos y la eficacia del trabajo en equipo, demostrando que una adecuada planificación incide positivamente en la gestión organizacional. Se concluye que el grupo SIMAA requiere la implementación de un modelo estratégico integral que incorpore misión, visión, valores y políticas renovadas, con indicadores de evaluación y mecanismos de retroalimentación continua. Este modelo permitiría mejorar la coordinación interna, fortalecer la cultura organizacional y asegurar un desarrollo sostenible basado en la eficiencia, el liderazgo participativo y la mejora continua.

Palabras claves: planificación estratégica, gestión organizacional, eficiencia administrativa, cultura organizacional, sostenibilidad empresarial.

ABSTRACT

The research titled “STRATEGIC PLANNING AND ORGANIZATIONAL MANAGEMENT IN THE SIMAA GROUP OF THE RIOBAMBA CANTON, CHIMBORAZO PROVINCE” examines the relationship between strategic structuring and the administrative efficiency of an agro-industrial company that specializes in corn processing. The study begins by acknowledging that the lack of formal planning limits internal coordination, leads to ad hoc decision-making, and hampers the company's competitiveness. Using a descriptive approach and the hypothetico-deductive method, the study evaluated the planning components and their impact on organizational management through surveys administered to all personnel within the group. The results indicated several deficiencies, including poor institutional communication, unclear definitions of responsibilities, inadequate performance monitoring, and a lack of cohesion among different areas. Statistical analysis using the Chi-squared test confirmed a significant relationship between the clarity of strategic objectives and the effectiveness of teamwork. This finding demonstrates that effective planning positively influences organizational management. The conclusion drawn from this research is that the SIMAA Group needs to implement a comprehensive strategic model that includes a revised mission, vision, and values, along with defined policies, evaluation indicators, and continuous feedback mechanisms. Such a model would enhance internal coordination, strengthen organizational culture, and ensure sustainable development through efficiency, participatory leadership, and constant improvement.

Keywords: Strategic planning, organizational management, administrative efficiency, organizational culture, business sustainability.

Reviewed by:



Lic. Raquel Verónica Abarca Sánchez. Msc.

ENGLISH PROFESSOR

c.c. 0606183804

CAPÍTULO I.

1. INTRODUCCIÓN

El estudio propuesto tiene como propósito examinar la influencia de la planificación estratégica en la gestión organizacional del Grupo SIMAA, empresa ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. El análisis se orienta a identificar los aspectos determinantes que inciden en su desempeño institucional, así como a formular una propuesta estratégica que optimice los procesos administrativos, fomente la mejora continua y favorezca un desarrollo empresarial sostenible. En un contexto caracterizado por una alta competitividad, resulta indispensable que las organizaciones adopten estrategias que les permitan afrontar sus retos, aprovechar las oportunidades del entorno y mantener tanto un ambiente laboral adecuado como una estructura operativa eficiente.

En el caso específico del grupo SIMAA, la falta de un plan estratégico formal condujo a debilidades organizacionales, la toma de decisiones reactiva y malas previsiones a largo plazo. Este proceso, si se aplica correctamente la planificación estratégica, permite realizar buenas tomas de decisiones, asignar recursos de manera adecuada y a su vez permite alcanzar objetivos en un periodo de tiempo específico.

En este sentido, una buena planificación estratégica es importante para la gestión organizacional. Por lo cual, la gestión organizacional es los conjuntos de prácticas y actividades que permiten a una empresa que funcionen las estrategias propuestas, por su parte deben ser usados los recursos humanos de manera efectiva, tanto tecnológicos y financieros. Dicha gestión en el Grupo SIMAA se vio limitada por factores de inadecuación de la formación de los empleados, bajo estilo de liderazgo y deficiencias de la comunicación interna. Este problema afecta directamente a las funciones organizacionales, además, dificulta el logro de los objetivos organizacionales. Por lo tanto, una buena gestión necesita el apoyo de un enfoque estratégico que debe orientar las decisiones que fortalezcan los procesos operativos. En definitiva, el análisis pretende contribuir en las relaciones y la planificación estratégica que se implementarán en el Grupo SIMAA para mejorar el desempeño general. Los resultados permitirán incorporar una mejor gestión administrativa, aumentando el compromiso del talento humano y fortalecer la cultura organizacional para enfocarla en alcanzar las metas. Al comprender las relaciones entre las variables, es necesario desarrollar un método de gestión efectiva que permita tener buena competitividad y también sostenibilidad empresarial, a nivel nacional y local.

1.1 Planteamiento del problema

El Grupo SIMAA, con sede en el cantón Riobamba, presenta problemas en el crecimiento y posicionamiento competitivo porque carece de una buena planificación estratégica, por lo tanto, incide directamente en la gestión organizacional. El escaso enfoque estratégico limita la estructuración del talento humano, como el financiero y tecnológico, el

cual frena la dirección institucional para el desarrollo sostenible de la empresa. Asimismo, la inadecuada administración formal de asignación de tareas para su ejecución estratégica provoca decisiones poco planificadas, que disminuyen la capacidad organizacional de anticipación a los cambios del entorno y estar preparado de manera oportuna a las expectativas del mercado.

La planificación estratégica constituye como instrumento esencial a la orientación del desarrollo organizacional eficaz, sin embargo, en el Grupo SIMAA dicha articulación se encuentra debilitada. Por la carencia de dirección estratégica provoca un impacto negativo en la toma de decisiones y también reduce la capacidad de la adaptación frente al entorno dinámico y cambiante. Se refleja una situación en la gestión organizacional limitada por procesos no eficientes, con falencia de liderazgo y déficit de comunicación interna. Con ausencia de coordinación estratégica que dificulta la comprensión de tareas entre áreas, por lo tanto, restringe a la organización el trabajo en equipo.

Constituye la planificación estratégica como instrumento para la orientación del desarrollo organizacional, en el Grupo SIMAA que no ha sido planificada ni estructurada de manera sistemática, que genera un efecto adverso en el desempeño institucional. La falta de alineamiento de una guía estratégica genera desajustes de esfuerzos de los recursos del entorno con los objetivos comunes de la organización. Estas consecuencias limitan el avance del crecimiento sostenible y se debilitan la capacidad competitiva y comunicación efectiva de la empresa en contexto operativo.

Formulación del problema

¿Cómo la planificación estratégica incide en la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

- Determinar cómo la planificación estratégica incide en la gestión organizacional en el grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.2.2 Específicos

- Diagnosticar la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Contrastar teóricamente la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Plantear un modelo de planificación estratégica que permita mejorar la gestión organizacional en el grupo SIMAA del cantón Riobamba provincia de Chimborazo

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 Estado del arte

Según (Leon Benavides, 2011) en su investigación, titulada: Diseño de una planificación estratégica para la empresa Retrodata CIA. LTDA. Por la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito. Indica que la planificación estratégica es el esfuerzo constante, transcurrido día a día, de manera formal, de la compañía para lograr los objetivos, políticas y estrategias propuestos, y generar planes que contribuyan a la práctica de dichas políticas y estrategias para alcanzar las metas propuestas de la empresa. La planificación estratégica nos permite enfrentar, con sus herramientas, un horizonte de futuro; por lo tanto, es importante aplicar los procesos de la planificación estratégica.

Concluyen que la empresa carece del análisis interno y externo adecuado, por lo tanto, dificultaba la toma de decisiones acertadas. En el diagnóstico estratégico, se presentó una serie de acciones enfocadas a mejorar la competitividad, la eficiencia operativa para el posicionamiento del mercado destaca la importancia del alineamiento de la visión, misión y estrategias que permiten el aprovechamiento de las oportunidades del entorno y las fortalezas internas de la institución.

Según Delgado (2021), en su investigación titulada: Planificación estratégica y su relación con la gestión administrativa en la Escuela Superior de Guerra del Ejército, año 2021. Por la Universidad Alas Peruanas, plantea que la influencia del establecimiento de objetivos, la determinación de políticas, la creación de programas y la determinación de presupuesto sobre la gestión administrativa en la Escuela Superior de Guerra del Ejército durante el año 2021, como elementos claves para el funcionamiento organizacional y el logro de metas institucionales, constituyen la planificación estratégica con un aspecto fundamental del análisis realizado.

Se concluye que la educación virtual presentó múltiples dificultades como una nueva modalidad, la cual limitó la familiarización con las herramientas digitales, esta insuficiencia de recursos tecnológicos y la presencia de factores distractores en el hogar, aspectos que incidieron en la motivación del aprendizaje disminuyendo los conocimientos provocando problemas de atención por parte de los estudiantes. Asimismo, ocasionó falencias evidenciales en las estrategias pedagógicas empleadas, se redujo la participación entre docentes y alumnos provocando una carga académica excesiva, las cuales repercutieron de manera desfavorable en el desempeño académico. Adicionalmente, se constató un desgaste en el bienestar emocional del estudiantado, de

estrés por las condiciones de confinamiento y aislamiento social de las vividas durante la pandemia.

Según (Mero, 2020) en su investigación. Titulada: Planificación estratégica 2020-2025 para la asociación anucan del cartón Tosogua, por la Universidad Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, plantea que el diagnóstico de la situación actual para el estado organizacional de la asociación comprende la planificación estratégica en un análisis del entorno interno y externo con identificación de factores críticos, estrategias fundamentales en la matriz FODA y los factores críticos, con el plan estratégico de la asociación AMUCONT 2020-2025 como elementos esenciales para orientar el desarrollo institucional.

Mediante los resultados obtenidos se ha permitido fundamentar, desde la perspectiva teórica, la formulación de un plan estratégico integral que destina a optimizar los recursos administrativos y fortalecer la rentabilidad productiva de los productores de la parroquia Púnjala. Por lo tanto, la aplicación de herramientas de análisis estratégico, aplicando la matriz FODA y el modelo del Boston Consultancy Group, fue posible analizar las condiciones internas y externas que influyen en la actividad productiva, así mismo identificar las particularidades de los productos locales y su nivel de rentabilidad proyectada. Las estrategias propuestas contemplan los ámbitos financieros, operativos, de gestión del talento humano y de negociación comercial, además, incorporando la participación de la comunidad, esto permite consolidar una visión de desarrollo territorial con un enfoque integral y sostenible.

2.1.1 Grupo SIMAA

Somos Grupo SIMAA, es una empresa ecuatoriana especializada en el procesamiento industrial del grano de maíz. ("Grupo SIMAA - Producción de gritz de maíz de primera calidad") Desde 2018, operamos en Riobamba brindando materia prima de alta calidad, como grito de maíz y subproductos esenciales para la industria alimentaria y de snacks, asumiendo cada desafío con responsabilidad, visión de futuro y enfoque en la satisfacción total de nuestros clientes. ("Grupo SIMAA - Producción de gritz de maíz de primera calidad") Nuestra historia comienza con una visión clara: ofrecer productos derivados de maíz de alta calidad. "Inspirados por el legado del cultivo de maíz y su importancia en la alimentación, nos hemos dedicado a perfeccionar nuestros procesos y a establecer relaciones sólidas con nuestros clientes." ("Nosotros - Grupo SIMAA - Expertos en producción de gritz") (SIMAA, 2018).

2.1.2 Misión, visión, nuestros pilares y ubicación

2.1.2.1 Misión

Producir materia prima de origen maicero con procesos tecnificados, sostenibles y orientados a la eficiencia, asegurando el abastecimiento de cada uno de nuestros clientes,

además de contribuir al sector alimentario. (“Nosotros - Grupo SIMAA - Expertos en producción de griz”)”)

2.1.2.2 Visión

Ser una empresa líder en la industria agroalimentaria andina. Además de ser reconocidos por la calidad del producto, el compromiso con el cliente y la innovación constante. (“Nosotros - Grupo SIMAA - Expertos en producción de griz”)”)

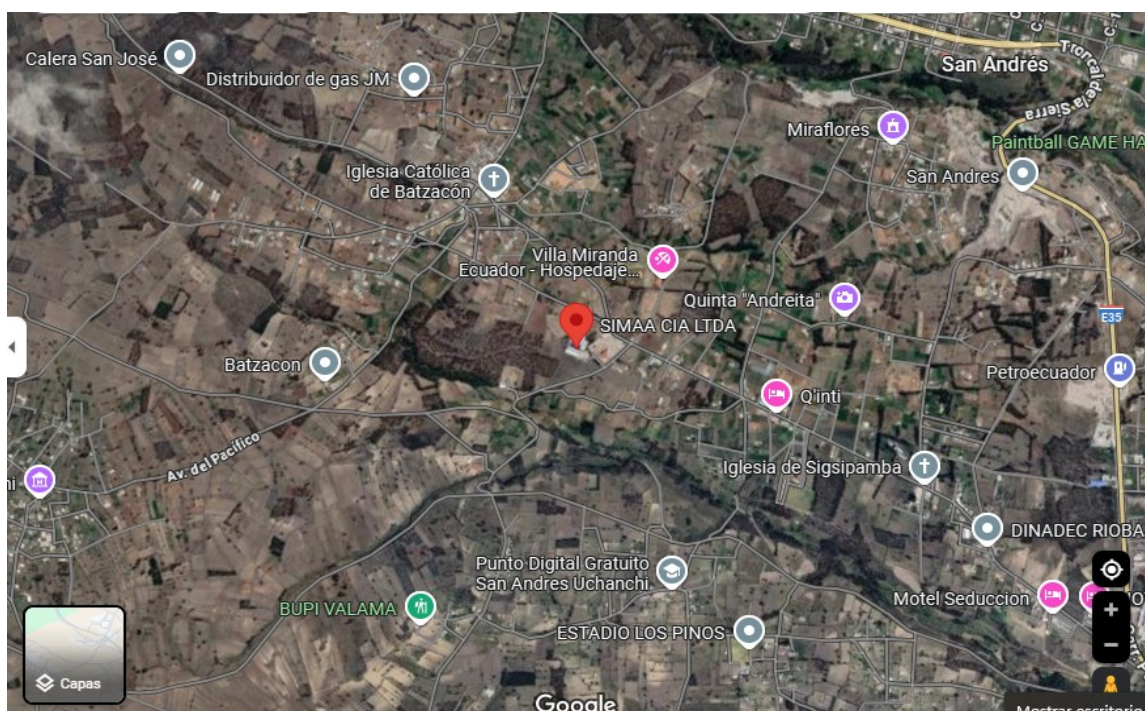
2.1.2.3 Nuestros pilares

- Control de calidad en laboratorio propio.
- Capacidad operativa para altos volúmenes.
- Alianzas sostenibles con clientes industriales.
- Personal técnico altamente calificado.

2.1.2.4 Ubicación

El grupo SIMAA se encuentra situado en el cantón de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, Vía San Andrés U chanchi, Carretera Panamericana. Riobamba-Ecuador.

Figura 1:Ubicación del grupo SIMAA



2.1.3 Producción de snacks en Ecuador

La industria del snack ha obtenido un mercado de constante crecimiento económico en Ecuador, el tiempo agitado y reducido requiere de productos empacados para el consumo en diferentes horas del día, además, uno de los factores que se toma en cuenta para consumir estos aperitivos es controlar la sensación de hambre, no reemplazar por su alimentación saludable.

Ecuador también se destaca por ser un país con mayor diversidad de climas, flora y fauna, lo que ha permitido que dentro del territorio sea posible el cultivo de gran variedad de alimentos, es por ello por lo que en un estudio realizado por Cabrera & Almeida [27], manifiesta que pequeños emprendimientos optan por la creación de empresas que se dediquen a la producción, industrialización y comercialización de snacks de papa china, especialmente en la provincia de Sucumbíos. Por lo que dicha empresa menciona que se genera alrededor del 80% de la producción nacional, es decir, 209.61 toneladas aproximadamente, es por ello por lo que dicha empresa quiere mejorar su eficiencia para mejorar su producción y el desarrollo económico. (Ávila Rosado, A. J., & Rosero Benavides, J. A., 2024).

2.1.4 Producción de snacks a base de harina de maíz

Los productos a base de maíz tienen una producción en escala debido a su gran demanda y por ser una de las variedades más importantes en snacks. Para la elaboración de la pasta de maíz previa a la elaboración, el maíz es remojado en aguacal y elevado a temperaturas de hasta 90 °C (nixtamalización), posteriormente se lava y se muele al tornillo del extrusor en donde se forman unas láminas o cintas que se cortan para dar forma posteriormente, luego se hornea o se fríe. (Romo & Tania , 2012).

2.1.5 Tipo de comercialización

La comercialización de snacks abarca diversas estrategias y canales que permiten llevar estos productos desde el fabricante hasta el consumidor final. Los tipos principales de comercialización de snacks incluyen:

- **Comercialización directa:** El fabricante vende directamente al consumidor final, ya sea a través de tiendas propias, plataformas de comercio electrónico o ferias y eventos. Este método permite un contacto directo con el cliente y mayor control sobre la marca.
- **Comercialización a través de distribuidores:** Los fabricantes venden sus productos a distribuidores o mayoristas, quienes luego los venden a minoristas o puntos de venta.
- **Comercialización en supermercados y tiendas de conveniencia:** Los snacks se venden a grandes cadenas de supermercados del país, tiendas de abastos, aprovechando la alta demanda de clientes y sus variedades de productos disponibles.
- **Comercialización online:** El crecimiento de la tecnología ha impulsado la venta de snacks en las plataformas digitales, donde los consumidores seleccionan sus productos para entrega a domicilio o recogida en tienda.
- **Comercialización en vending machines:** Las máquinas expendedoras ubicadas en espacios públicos, oficinas, escuelas y centros comerciales son factibles para la venta rápida y conveniente.

Estos tipos de comercialización se pueden combinar para maximizar la expansión del producto en el mercado y adaptarse a las preferencias de consumidor para adquirir los snacks.

2.1.6 Empresas dedicadas a la comercialización de snacks

La amplia variedad de organizaciones dedicadas a la comercialización de snacks, que se presentan desde corporaciones multinacionales hasta emprendimientos pequeños enfocados en productos específicos. Las que más se destacan a nivel internacional son las siguientes:

- **PepsiCo:** Mediante los Frito-Lay, posicionados como líderes en la producción y distribución de snacks, por medio de marcas reconocidas como Lay's, Doritos, Cheetos y Ruffles.
- **Mondelēz International:** Por medio de marcas consolidadas como Oreo, ¡Chips Ahoy!, Ritz y Triscuit participa en el mercado.
- **Kellogg's:** Ofrece una gama de cereales y productos que también se consumen como snacks, varios de ellos asociados a opciones de consumo más saludable, destacándose marcas como Pringles.
- **Grupo Bimbo:** Distribuye a diversos países los snacks desde botanas y alimentos procesados de maíz a través de filiales.
- **Empresas locales y regionales:** las compañías que operan en el snack adaptado a preferencias de los consumidores y distribución de marcas locales. internacionales.

Estas empresas utilizan distintos canales para la comercialización de sus productos, entre los que se incluyen supermercados, tiendas de conveniencia, comercio electrónico y máquinas expendedoras, ajustándose a las tendencias del mercado y a los hábitos de consumo actuales.

2.2 Fundamento teórico

2.2.1 Planear

Según (Chiavenato, 2017). Planear es fundamental en el proceso de la administración que se refiere al desarrollo empresarial mediante las acciones que se designan como actividades y los respectivos recursos para alcanzar los objetivos propuestos. La planificación es una etapa mecánica dentro del paso administrativo donde se organizan sistemas económicos, sociales y políticos.

Este proceso consiste en contestar las interrogantes para planear las direcciones de diagnóstico estratégico.

- ¿A dónde queremos ir?

- ¿En dónde estamos?
- ¿Dónde debemos ir?
- ¿A dónde iremos?
- ¿Cómo estamos logrando las metas?

2.2.2 Estratégica

La estrategia fue creada para las guerras y años posteriores, adaptada a las empresas desde diversas perspectivas y enfoques. Actualmente se habla de estrategia en todos los ámbitos: en los negocios, en la política, en la religión, en la cultura, en fin, en cada aspecto de la vida diaria. Esta palabra se convirtió en una acepción de uso generalizado, que debe adornar o formar parte de toda la literatura relacionada con distintos campos del conocimiento.

Como lo expresa (Contreras Sierra, 2013). Otro aspecto importante y que muchos dejan de lado es el relacionado con la innovación al tratar de fijar objetivos. Debe entenderse que una estrategia no es perdurable y que la competencia de una u otra forma va a lograr permear la estructura y sabrá lo que se está haciendo y copiar las ideas. Por eso es necesario estar en constante movimiento en lo que tiene que ver con las ideas o pensamientos para elaborar las estrategias.

2.2.3 Planificación estratégica

Según (Drucker, 1985), la planificación estratégica es el proceso continuo que consiste en adoptar decisiones (asunción de riesgos) empresariales sistemáticamente y con el mayor conocimiento posible de su carácter futuro; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar estas decisiones y medir los resultados comparándolos con las expectativas mediante la retroalimentación sistemática organizada, el conocimiento profundo de la misión y visión empresarial, la claridad de los objetivos estratégicos, la participación del personal y su seguimiento frecuente mediante acciones estratégicas que aseguren el progreso que fundamenta la toma de decisiones.

Es un proceso esencial de la planificación estratégica fundamentar los objetivos para lograr correctamente las directrices y establecer los planes de acción para alcanzar el éxito, los cuales serán para generar buenas ventajas competitivas que se reflejan a largo plazo. La planificación estratégica, al ser una herramienta esencial, identifica los recursos más factibles, analiza las capacidades para crear y alinear con las necesidades de la organización, además de identificar las fortalezas y debilidades, por lo tanto, establece medidas integradas para la seguridad de la empresa, lo que permite alcanzar los resultados de la planificación. Sin embargo, esto se logra cuando todos los integrantes de la organización la componen con esfuerzos colectivos y buena práctica (Idalberto Chiavenato, 2017).

2.2.4 Elementos de la planificación estratégica

Para (Fred & David, 2017) definen y estructuran los elementos básicos que integran la planeación estratégica: la misión, visión, análisis FODA, objetivos, estrategias, implementación y control.

2.2.4.1 Misión

Según (Huerta-Estévez, 2012). La misión es lo que la empresa desea alcanzar en un periodo específico de tiempo. Si el propósito es por qué haces las cosas, la misión se trata de qué cosas haces. Una buena misión debe describir lo que hace la empresa y lo que no. Tanto en el presente como en el futuro, debe proveer un enfoque de la dirección de la empresa.

2.2.4.2 Visión

La visión describe de manera clara los planes del entorno, sus clientes y el mismo. Es decir, indica cómo le gustaría que el mundo fuese en algunos años. Esto incluye una idea de qué cambios quiere ver en la organización. También como se imagina que la vida del cliente mejora. Y, por último, he de describir qué tipo de organización les gustaría ser, aunque esto es lo menos importante de la visión. (Barraza, 2019).

2.2.4.3 Objetivos

Según (Bloom, 1977). Los objetivos es un aspecto importante, obviamente la máxima dentro de un sistema de administración estratégica que precisamente toma ese nombre como clarificativo, porque todo el resto de los elementos habrá de orientarse por los objetivos en todos sus actos, está vinculado, fatal y necesariamente, con la toma de decisiones la cual implica dos o más decisiones que cumplan con el objetivo alcanzar.

2.2.4.4 Estrategias

La palabra estrategia está de moda. En pocos años todas las acciones de las empresas y de los empresarios se han visto disfrazadas con el calificativo de estratégico: posicionamiento estratégico, planeación estratégica, inversión estratégica, etc. La empresa más pobre abunda en estrategias: estrategia de innovación, de personal, de mercadeo, de diversificación (¡estratégica!), etc. Más allá del abuso del lenguaje, ¿cuál es la esencia de la noción de estrategia? Alcanzar el punto decisivo gracias a la libertad de acción obtenida por una buena economía de fuerzas. La lucha por la libertad de acción es la esencia de la estrategia, la lucha por la capacidad de competencia es la esencia de la estrategia empresarial.

Una estrategia es positiva para la empresa si, a su término, dicha empresa se encuentra relativamente mejor respecto de su competencia que al comienzo. Una estrategia no es ni buena ni mala, es solamente mejor o peor que la de sus competidores. (Burgoa, 2010).

2.2.4.5 Análisis FODA

El análisis FODA realiza una evaluación de los factores fortalezas y débiles que, en conjunto, diagnostican la situación interna de la organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. El análisis FODA estima el efecto de la estrategia que tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto indica, las oportunidades y amenazas. (Thompson & Strikland, 2021).

2.2.4.6 Evaluación

Según (David F.R, 2020) la evaluación estratégica permite determinar si se están alcanzando los objetivos establecidos, mediante indicadores clave de desempeño (kPIs) y la comparación de resultados reales con los previstos. Además, este proceso proporciona información valiosa para realizar ajustes oportunos que mejoren la ejecución del plan.

2.2.4.7 Seguimiento del plan

El seguimiento continuo facilita la identificación de desviaciones, fortalezas y áreas de mejora, asegurando la alineación del plan con el entorno cambiante. El proceso de seguimiento debe incluir la recolección periódica de datos, análisis de tendencias y elaboración de informes para los resultados de la toma de decisiones.

2.3 Gestión organizacional

2.3.1 Definición de gestión

La gestión busca promover la mejora continua, la autorregulación y el autocontrol dentro de las entidades, estableciendo métodos y procedimientos para el control y la administración de riesgos, con el fin de garantizar la sostenibilidad y el cumplimiento normativo. Además, en el contexto organizacional, la gestión implica la coordinación de tareas para optimizar recursos y asegurar que las actividades se desarrollen con legalidad y razonabilidad, generando información confiable para que la toma de decisiones sea efectiva y eficiente. (Saltos Delgado & Marcillo Parrales, 2023).

2.3.2 Definición de organización

El termino organizacional se refiere a todo lo relacionado con una organización, es decir, una estructura social conformada por personas, recursos y procesos que trabajan de manera coordinada para alcanzar objetivos comunes, lo organizacional abarca todo lo relacionado con la estructura, funcionamiento, cultura y dinámica interna de una organización, ya sea una empresa, institución, entidad pública o cualquier grupo social con fines definidos. (Giralda Ladino, Garay Villada, & Cardona Roman, pág. 8).

2.3.3 Gestión organizacional

Según (Torres-Baque & Pibaque-Pionce, 2024, p. 12), la gestión organizacional comprende un entorno en evolución, donde los directivos tienen la capacidad de análisis e

interpretación ante los retos que deben enfrentar tanto en los procesos, creación de objetivos, verificación de la acción real, análisis de resultados y diseños de estrategias para el crecimiento y desarrollo organizacional. En la actualidad, los logros organizacionales están influenciados por factores como el desarrollo humano, las condiciones laborales, la productividad, el desempeño individual y colectivo, así como el entorno laboral. Por ello, se hace necesario implementar estrategias que fortalezcan la gestión dentro de las organizaciones.

Bajo este enfoque, la gestión organizacional se entiende como un sistema integral, flexible y en constante evolución, orientado a dar respuesta tanto a las demandas del entorno como a las condiciones internas de cada organización. Desde esta óptica, la gestión comprende actividades relacionadas con la planificación, la estructuración de procesos y el control de indicadores estratégicos, promoviendo la articulación eficiente del talento humano. Asimismo, considera la incidencia de factores individuales dentro de la dinámica organizacional, los cuales se articulan con las estrategias institucionales y con el uso óptimo de los recursos disponibles, sean estos de naturaleza tangible o intangible. (Ramírez et al., 2023, p. 5).

“La gestión organizacional consiste en un buen clima laboral, el diseño organizacional y mantener un entorno en el que los individuos trabajen en equipos, cumplan eficientemente objetivos específicos” (Chiavenato Idalberto, 2019).

2.3.4 Elementos de la gestión organizacional

Según (Chiavenato & Robbins, 2016) refleja una visión integral sobre la gestión dentro de las organizaciones, donde se destacan tres elementos claves:

- **Clima laboral positivo:** Fundamental para la participación en las actividades con motivación y el compromiso de los colaboradores con equidad y trabajo justo, rotación de actividades colaborativas.
- **Diseño organizacional:** Estructura clara que facilita la coordinación y el cumplimiento de roles destinados en el cronograma de actividades.
- **Trabajo en equipo y cumplimiento de objetivos:** Promueve la colaboración, la eficiencia para alcanzar metas específicas, el control mediante reuniones y el monitoreo del equipo.

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGÍA.

3.1 Método hipotético-deductivo

La hipótesis desempeña un papel esencial en la investigación científica, ya que se formula en respuesta a problemas específicos. Estos problemas no pueden surgir sin la existencia de teorías, y una teoría, entendida como un conjunto de hipótesis confirmadas, también es, en última instancia, hipotética. Así, existe una relación dialéctica entre hipótesis y la teoría; es decir, las hipótesis pueden guiar y proporcionar un marco explicativo para futuras investigaciones, funcionando de manera similar a una teoría. (De La Cruz Sullca, 2020, p. 12).

Se pueden distinguir los siguientes momentos del método hipotético-deductivo según (Klimovsky).

- **Observación del fenómeno a investigar:** Se recopilaron datos sobre un fenómeno específico que aún no tiene una explicación clara, comparando diferentes casos y buscando patrones generales de la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba Provincia de Chimborazo
- **Formulación de una hipótesis:** Se planteará una hipótesis o conjetura provisional que explique el fenómeno, asegurando que esta sea susceptible de ser verificada empíricamente de la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.
- **Deducción de consecuencias:** Se derivarán consecuencias o proposiciones básicas a partir de la hipótesis, prediciendo lo que debería suceder en ciertas circunstancias según dicha hipótesis de la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.
- **Experimentación o verificación empírica:** Se llevará a cabo la comprobación de si las predicciones realizadas se cumplen o no con la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.
- **Refutación o confirmación de una ley:** Se evaluará la validez de una ley en función de los resultados, ya sean desfavorables o favorables, obtenidos durante la experimentación de la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Descriptiva

La investigación descriptiva se dedica a identificar las características de la población objeto de estudio. Se entiende como el “documento, estudio y comprensión de las características actuales y la composición o dinámicas de los fenómenos, centrándose en las conclusiones más relevantes o en el comportamiento de una persona, grupo o entidad en el presente”. Por esta razón, la investigación descriptiva se aplicará en el grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, que se enfoca en detallar fenómenos de las situaciones o eventos, con el objetivo primordial de ofrecer una representación clara y minuciosa de lo que se está analizando. (Guevara Alban, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020), Porque no se manipula ninguna de las variables.

3.3 Investigación de campo

La investigación de campo se refiere a la recolección de datos directamente de los participantes o del entorno en el que suceden los eventos, sin intervenir ni controlar ninguna variable. En este tipo de estudio, el investigador se limita a obtener la información sin modificar las condiciones existentes (Arias, 2012).

La referencia de investigación será de campo, por lo cual permite obtener todos los elementos del grupo SIMAA del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, que profundizará el análisis y facilitará la observación directa del fenómeno en cuestión. Esto nos proporcionará una visión única y detallada que no es posible conseguir a través de fuentes secundarias.

3.4 Hipótesis

Las hipótesis guían en lo que buscamos o intentamos demostrar, y se pueden definir como explicaciones provisionales del fenómeno que estamos investigando, presentadas en forma de proposiciones. En nuestra vida diaria, frecuentemente formulamos hipótesis sobre diversas situaciones y luego exploramos (investigamos) su veracidad. Por ejemplo, planteamos una pregunta de investigación. Esta hipótesis es una explicación provisional (ya que no tenemos certeza de su veracidad) y se presenta como una proposición (afirma o propone algo). Si la hipótesis es aceptada o rechazada en la planificación estratégica y la gestión organizacional en la cual se aplicará en el grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. (Pérez, 1997).

H₁: La planificación estratégica incide en la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: La planificación estratégica no incide en la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

3.5 Técnicas e instrumentos

3.5.1 Técnica

Las técnicas son procedimientos específicos que el investigador aplica para recopilar información. Constituyen un conjunto de herramientas utilizadas con el objetivo de obtener los datos necesarios para alcanzar las metas establecidas y verificar, de esta manera, la validez o invalidez de la hipótesis planteada (Ander-Egg & Aguilar, 1995)

- **Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa que permite recolectar datos a través de preguntas estructuradas, con el propósito de conocer opiniones, comportamientos o características de una población específica (Hernández, Fernández , & Baptista, 2014).

La encuesta está dirigida a la totalidad de trabajadores del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, donde se obtendrá la información sobre la planificación estratégica y la gestión organizacional del grupo SIMAA.

5.5.2 Instrumento

- **Cuestionario de encuesta**

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

Para (Ventura León J. L., 2017) define la población como un grupo de elementos que comparten características específicas que se desean analizar. Por ello, existe una relación inductiva entre la población y la muestra, donde se parte de lo particular para llegar a lo general. Se espera que la muestra observada sea representativa de la población, lo que permite que las conclusiones obtenidas reflejen de manera fiel la realidad estudiada.

Para el desarrollo de la presente investigación se tomará como población la cantidad de trabajadores del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Tabla 1:Total de trabajadores del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

5. Descripción	Número
Total, de trabajadores del grupo SIMAA	50

Fuente: Grupo SIMAA.

Elaborado por: Shirley Samaniego.

3.6.2 Muestra

No se presenta muestra porque el tamaño de la población es reducido. Por lo tanto, se trabajará con su totalidad de trabajadores.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de normalidad de datos

Se aplicó el análisis de normalidad de datos para establecer si eran o no paramétricos, procesando los datos con la prueba de Shapiro-Wilk debido a que la muestra es de 50, comprendiendo que los datos son no paramétricos ya que el nivel de significación es menor a 0.05.

Tabla 2: Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
¿Se siente identificado con la visión de la organización?	,861	50	,000
¿Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización?	,857	50	,000
¿Cómo logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido?	,875	50	,000
¿Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo?	,723	50	,000
¿Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función?	,882	50	,000
¿Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos?	,876	50	,000
¿Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir?	,813	50	,000
¿Considera que las funciones de cada área están claramente definidas?	,818	50	,000
¿Cree que su área o equipo cumple con los objetivos establecidos de manera oportuna y eficiente?	,892	50	,000
¿Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales?	,838	50	,000
¿Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área?	,827	50	,000
¿Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales?	,881	50	,000
¿Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación?	,795	50	,000
¿Usted participa en las actividades institucionales programadas?	,758	50	,000

Nota: Se realizó la prueba de normalidad a los ítems de la encuesta mediante el estadístico Shapiro–Wilk, cuyos resultados mostraron valores inferiores a 0.05. Esto indica que los datos no siguen una distribución normal, por lo que se clasifican como no paramétricos. En consecuencia, se optó por utilizar la prueba de chi cuadrado para el análisis correspondiente. Realizado por Shirley Samaniego.

4.1.1 Análisis de confiabilidad

El Alfa de Cronbach es un indicador estadístico que permite evaluar qué tan coherentes son entre sí los ítems que conforman un instrumento de medición, ya sea un cuestionario, una escala tipo Likert o cualquier prueba aplicada. En otras palabras, este valor refleja el nivel de estabilidad y fiabilidad interna del instrumento, mostrando si los ítems realmente miden el mismo constructo. (Canu & Escobar, 2017).

El coeficiente alfa de Cronbach se evalúa dentro de una escala comprendida entre 0 y 1, donde los valores cercanos al límite superior evidencian un mayor grado de consistencia y estabilidad entre los ítems que conforman un instrumento de medición. Por el contrario, cuando el coeficiente se aproxima al límite inferior, la confiabilidad se considera baja, dado que existe una mínima relación entre las variables evaluadas, lo que indica independencia entre ellas. En el ámbito de los estudios sociales y educativos, se establece de forma general que un valor igual o superior a 0,70 es aceptado como un indicador adecuado de consistencia interna. (Borja, 2022).

Tabla 3: Interpretación del coeficiente del Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Buena
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Pobre
$\alpha < 0,5$	Inaceptable

Nota: la tabla representa los rangos del coeficiente de Alfa de Cronbach (Borja, 2022).

4.1.2 Análisis de Alfa de Cronbach

Tabla 4: Resumen del procesamiento de los casos

Resumen del procesamiento de los casos			
	N	%	
Casos	Válidos	50	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5: Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,856	14

Tabla 6: Estadísticos de la escala

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
51,40	72,531	8,516	14

Nota: la tabla muestra los resultados aplicados a la investigación por Shirley Samaniego.

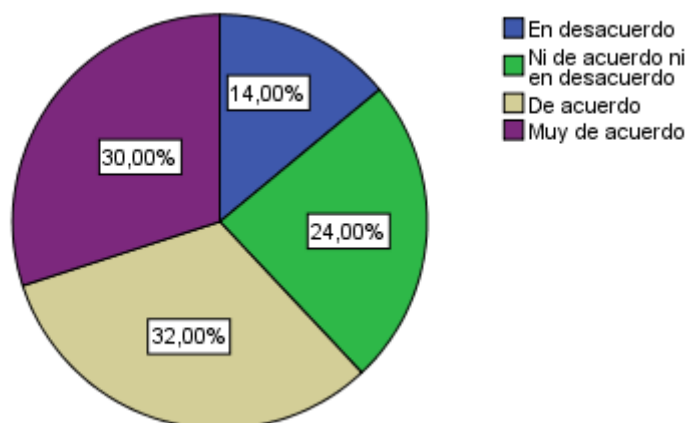
El estudio de confiabilidad evidenció un coeficiente alfa de Cronbach de 0,856, el cual, de acuerdo con los criterios establecidos para su interpretación, corresponde a un nivel satisfactorio. Este resultado permite afirmar que el instrumento utilizado presenta una adecuada consistencia interna, respaldando su aplicación y la validez de los datos obtenidos para el desarrollo del estudio.

4.2 Análisis de resultados

Tabla 7: ¿Se siente identificado con la visión de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	7	14,0	14,0	14,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24,0	24,0	38,0
De acuerdo	16	32,0	32,0	70,0
Muy de acuerdo	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 2: ¿Se siente identificado con la visión de la organización?



Análisis e interpretación

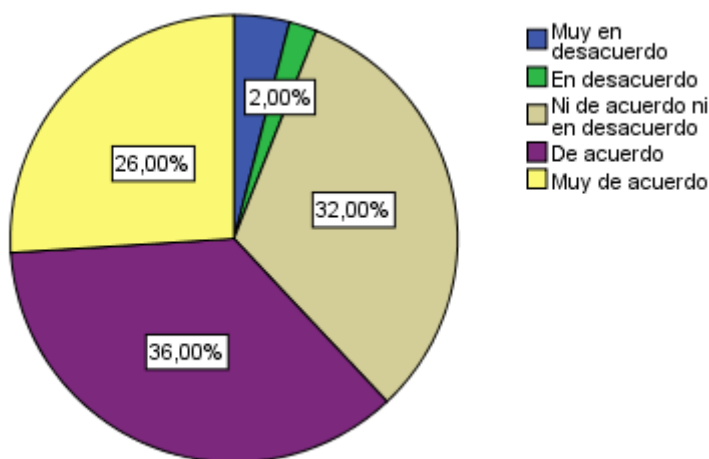
En la respectiva pregunta se siente identificado con la visión de la organización. Se obtuvo un 62% de los encuestados que están de acuerdo o muy de acuerdo respecto a la visión institucional, que refleja una aceptación general positiva. Mientras que, un 24% se encuentra neutral, lo que demuestra indiferencia o falta de comprensión de la visión. El 14% restante expresa estar desacuerdo, lo que indica que no se siente alineado con los principios de la organización. Esta diferencia de percepción podría afectar la cohesión organizacional si no se toman medidas de corrección para reforzar la comunicación de la visión.

Un 14% de los empleados manifiestan que no se sienten identificados con la visión de la organización, esto refleja un problema de la comunicación y apropiación de la dirección estratégica. La falta de comprensión de la Visión limita el sentido de pertenencia y la ejecución operativa. Este resultado evidencia que la planificación estratégica no a sido difundida correctamente dentro de la organización.

Tabla 8: ¿Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	32,0	32,0	38,0
De acuerdo	18	36,0	36,0	74,0
Muy de acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 3: ¿Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización?



Análisis e interpretación

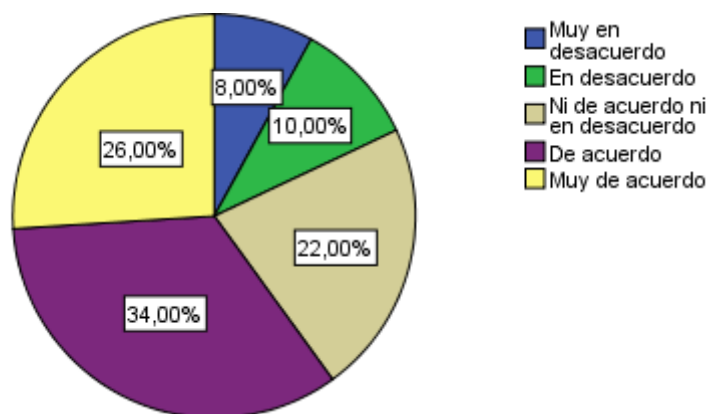
Considera que los objetivos de su área o proceso están alineados con la visión de la organización, la mayoría con un (62%) opinó favorablemente sobre la coherencia entre los objetivos departamentales y la visión institucional, lo que evidencia una adecuada articulación estratégica en los niveles operativos. Aun así, un 32% se ubicó en una postura neutral y un 2% no percibió dicha alineación. Esto sugiere que, aunque hay una tendencia positiva, existen áreas donde la vinculación entre estrategia y operación puede fortalecerse mediante una mejor comunicación o definición de objetivos.

Un 32 % mantiene una postura neutral y un 2 % está en desacuerdo. Este escenario revela deficiencias en la articulación entre los objetivos operativos y la visión institucional. La falta de alineación genera duplicidad de esfuerzos, pérdida de recursos y descoordinación entre áreas, lo cual afecta directamente la eficacia de la gestión organizacional.

Tabla 9: ¿Cómo logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	32,0	32,0	38,0
De acuerdo	18	36,0	36,0	74,0
Muy de acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 4: ¿Cómo logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido?



Análisis e interpretación

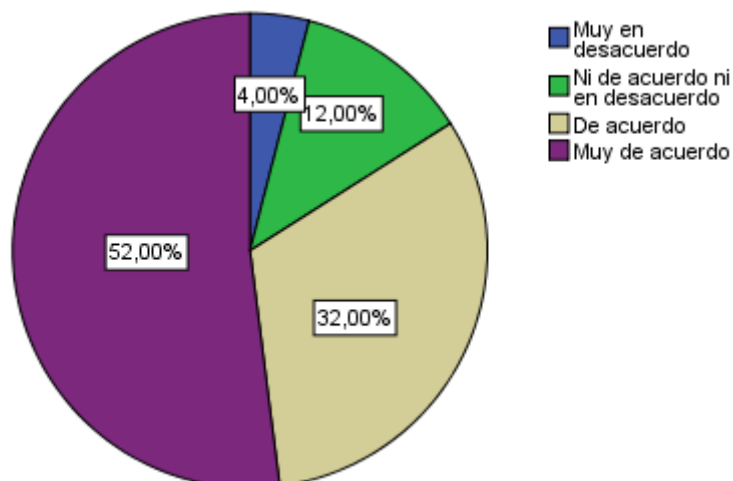
Como logra cumplir con sus tareas asignadas en el tiempo establecido, cerca del 60% de los trabajadores declararon cumplir con sus tareas dentro del tiempo previsto, lo que denota una buena capacidad de gestión del tiempo y planificación individual. Sin embargo, el 22% permanece indeciso y un 18% mostró desacuerdo con esta afirmación, revelando que existe un grupo significativo con dificultades para cumplir los plazos, posiblemente debido a sobrecarga de trabajo, falta de recursos o poca claridad en las instrucciones.

Un 40 % de los empleados presenta dificultades o indecisión en el cumplimiento oportuno de sus tareas. Este hallazgo refleja una planificación deficiente en la asignación de responsabilidades y recursos. La falta de una estructura estratégica clara provoca sobrecarga laboral o ambigüedad en las funciones, lo que repercute en la eficiencia operativa y en la capacidad de respuesta de la organización.

Tabla 10: ¿Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12,0	12,0	16,0
De acuerdo	16	32,0	32,0	48,0
Muy de acuerdo	26	52,0	52,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 5: ¿Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo?



Análisis e interpretación

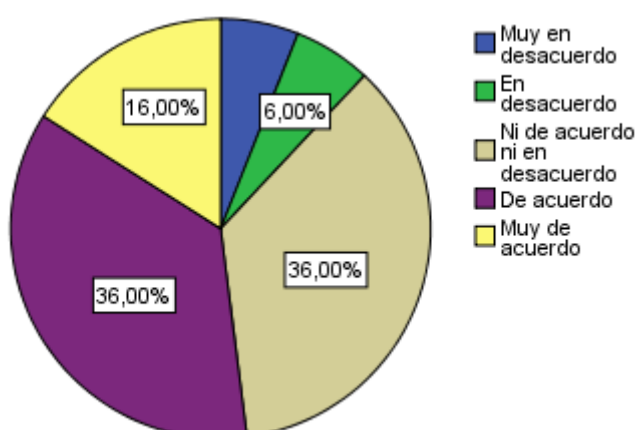
Se siente satisfecho con la claridad de los objetivos que se le comunican para realizar su trabajo, una amplia mayoría (84%) expresó estar de acuerdo o muy de acuerdo con la claridad de los objetivos recibidos, lo que demuestra una comunicación efectiva de las metas laborales. Solo un 12% se mantuvo neutral, lo que puede interpretarse como una oportunidad para reforzar la precisión en la entrega de instrucciones o mejorar los canales de retroalimentación.

Aunque la mayoría indicó satisfacción, un 16 % se mantiene neutral, lo que indica que no todos los colaboradores comprenden con precisión los objetivos institucionales. Este problema denota una debilidad en la comunicación de la planificación estratégica, afectando la orientación del personal y reduciendo la coherencia en la ejecución de las tareas.

Tabla 11: ¿Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
En desacuerdo	3	6,0	6,0	12,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	36,0	36,0	48,0
De acuerdo	18	36,0	36,0	84,0
Muy de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 6: ¿Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función?



Análisis e interpretación

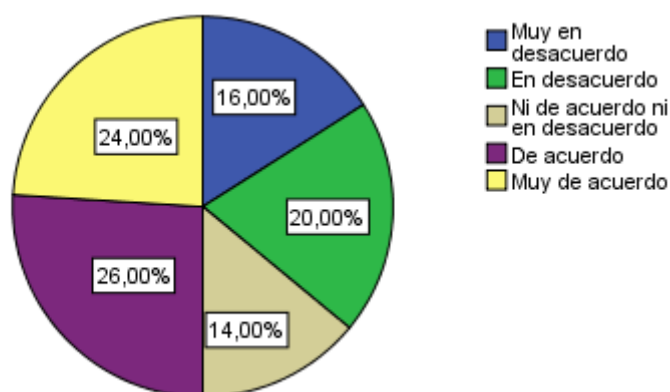
Considera que comprende completamente los objetivos que debe alcanzar en su función, el 52% afirmó comprender plenamente los objetivos de su rol, mientras que un 36% se ubicó en una postura neutral. Apenas un 12% indicó desconocimiento o falta de entendimiento. Esto evidencia que, aunque la mayoría entiende lo que se espera de su desempeño, aún hay un segmento significativo que necesita orientación adicional o capacitación para alinear su comprensión con los objetivos organizacionales.

El 48 % de los encuestados mostró dudas sobre la comprensión de los objetivos asignados. Este resultado refleja un vacío en la difusión y capacitación respecto a la planificación estratégica. La falta de claridad genera desorganización y reduce la eficiencia en la gestión de los procesos internos, afectando el logro de resultados.

Tabla 12: ¿Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	8	16,0	16,0	16,0
En desacuerdo	10	20,0	20,0	36,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14,0	14,0	50,0
De acuerdo	13	26,0	26,0	76,0
Muy de acuerdo	12	24,0	24,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 7: ¿Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos?



Análisis e interpretación

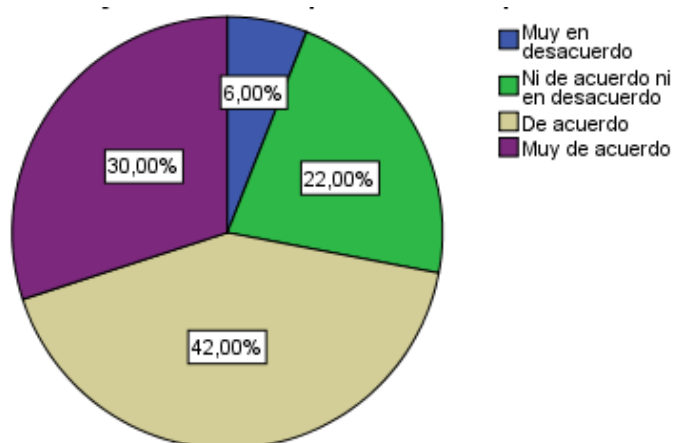
Recibe evaluaciones periódicas y retroalimentación sobre su desempeño después de realizar sus tareas u objetivos, el 50% de los colaboradores manifestó recibir evaluaciones y retroalimentación con regularidad, lo cual contribuye al mejoramiento continuo. No obstante, un 36% expresó su desacuerdo, lo que sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de seguimiento al desempeño. Un 14% adicional se mantuvo neutral, lo cual también evidencia espacios de mejora en la cultura de evaluación institucional.

El 30% manifestó no recibir evaluaciones frecuentes, lo que revela una carencia en los mecanismos de control y seguimiento de la planificación estratégica. Esta situación limita la posibilidad de corregir desviaciones, debilita la gestión del desempeño y obstaculiza la mejora continua dentro de la organización.

Tabla 13: ¿Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22,0	22,0	28,0
De acuerdo	21	42,0	42,0	70,0
Muy de acuerdo	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 8: ¿Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir?



Análisis e interpretación

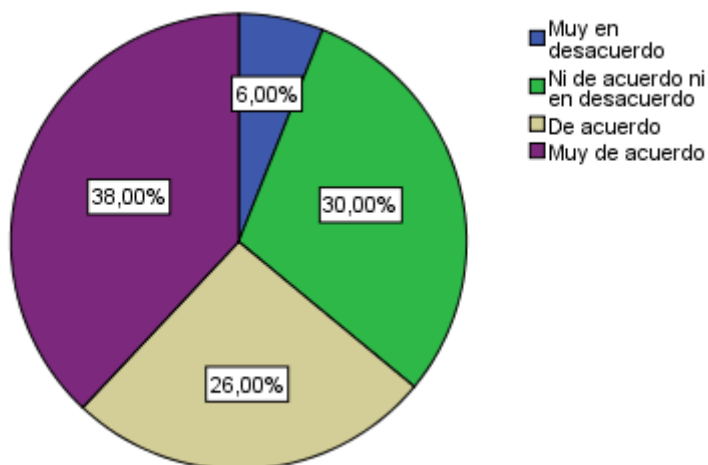
Considera que las responsabilidades que se le asignan están claramente definidas para cada objetivo o tarea que debe cumplir, un 72% de los encuestados indicó estar de acuerdo o muy de acuerdo con la claridad en la asignación de responsabilidades, reflejando una adecuada estructuración de funciones. Sin embargo, un 22% permanece en una postura neutra y un 6% expresó muy desacuerdo, lo que evidencia que aún hay margen para mejorar la precisión y comunicación de las tareas.

Un 6 % está muy desacuerdo. Esta situación evidencia que aún persiste una falta de precisión en la definición de roles. La planificación estratégica no se traduce de forma adecuada en la estructura operativa, lo que genera ambigüedad y posibles conflictos en la gestión.

Tabla 14: ¿Considera que las funciones de cada área están claramente definidas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	30,0	30,0	36,0
De acuerdo	13	26,0	26,0	62,0
Muy de acuerdo	19	38,0	38,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 9: ¿Considera que las funciones de cada área están claramente definidas?



Análisis e interpretación

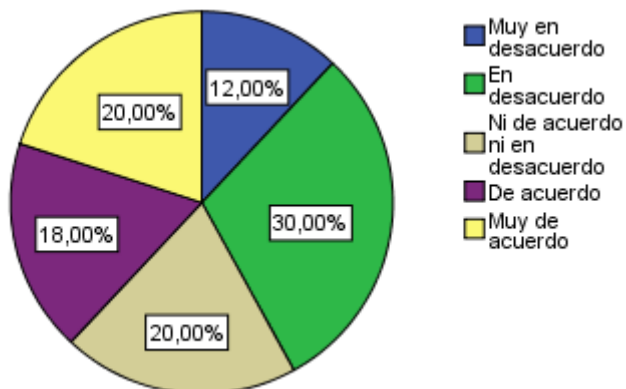
Considera que las funciones de cada área están claramente definidas, el 64% considera que las funciones institucionales están bien delineadas, lo que favorece la coordinación y la eficiencia operativa. A pesar de ello, un 30% permanece neutral, lo que podría sugerir que no todos los procesos están por completo interiorizados o que existen solapamientos funcionales.

Un 30 % de los empleados mantiene una posición neutral respecto a la claridad de las funciones, lo que sugiere que la estructura organizacional no está plenamente alineada con la estrategia corporativa. Esta debilidad en el diseño organizativo afecta la coordinación entre áreas y disminuye la eficiencia de la gestión institucional.

Tabla 15: ¿Cree que su área o equipo cumple con los objetivos establecidos de manera oportuna y eficiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	6	12,0	12,0	12,0
En desacuerdo	15	30,0	30,0	42,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20,0	20,0	62,0
De acuerdo	9	18,0	18,0	80,0
Muy de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 10: ¿Cree que su área o equipo cumple con los objetivos establecidos de manera oportuna y eficiente?



Análisis e interpretación

En base al cumplimiento oportuno y eficiente de los objetivos por parte de las áreas o equipos de trabajo, el 40 % de los encuestados indican estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que se percibe una señal de alerta sobre el desempeño colectivo. Únicamente el 38 % de los participantes señaló que existe conformidad con cumplimiento de logros de las metas establecidas, un 20 % se mantiene en una postura neutral. Este comportamiento sugiere falencias en los procesos de planificación, ejecución y coordinación del trabajo en equipo.

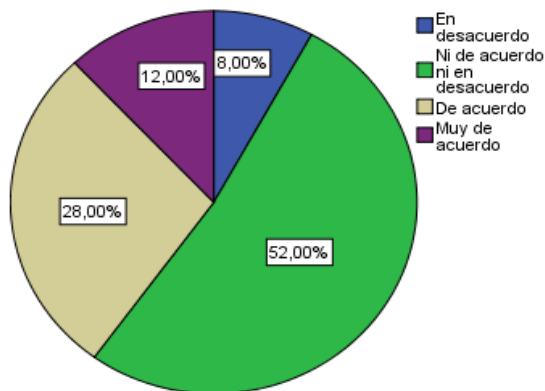
Asimismo, los porcentajes presentes rebelan de desacuerdo y fuerte desacuerdo, que se da en un 40 %, que es un resultado más relevante desde un punto de vista crítico en la

organización. Este hallazgo evidencia la falta de planificación estratégica, caracterizada por la ausencia de indicadores de desempeño y de desarrollo de mecanismos efectivos de seguimiento. La falta de control estratégico limita el cumplimiento de los objetivos organizacionales, lo que genera efectos desfavorables sobre la productividad y la competitividad del grupo SIMAA.

Tabla 16: ¿Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	4	8,0	8,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	52,0	60,0
	De acuerdo	14	28,0	88,0
	Muy de acuerdo	6	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 11: ¿Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales?



Análisis e interpretación

Las reuniones de equipo son adecuadas y contribuyen al cumplimiento de las metas grupales; el 52% de los participantes optó por una posición neutral, lo que indica que las reuniones podrían no estar generando un impacto significativo. Un 40% las percibió como positivas y un 8% como ineficaces. Esto sugiere una oportunidad para rediseñar la estructura o frecuencia de las reuniones para que sean más productivas y orientadas a resultados.

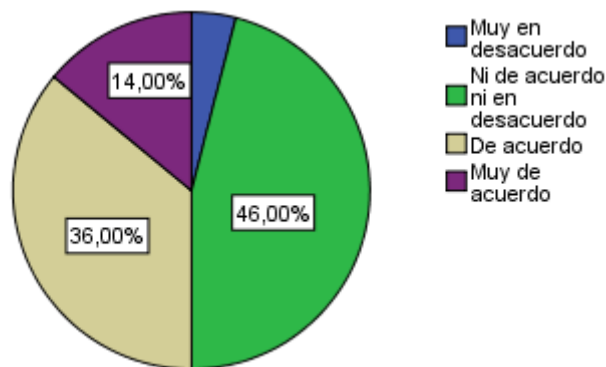
Más del 50 % de los encuestados adoptó una postura neutral, evidenciando que las reuniones carecen de estructura, objetivos definidos o liderazgo efectivo. La ausencia de

reuniones estratégicas reduce la comunicación interna, limita la coordinación y genera desarticulación entre las áreas, afectando directamente la gestión organizacional.

Tabla 17: ¿Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	46,0	46,0	50,0
Válidos De acuerdo	18	36,0	36,0	86,0
Muy de acuerdo	7	14,0	14,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 12: ¿Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área?



Análisis e interpretación

Se siente satisfecho con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo en su área, el 50% de los empleados está conforme con la dinámica y los resultados del trabajo en equipo, aunque un 46% se mantiene neutral. Esto revela una percepción mixta que podría estar relacionada con diferencias en los estilos de liderazgo o la distribución de tareas dentro de los equipos.

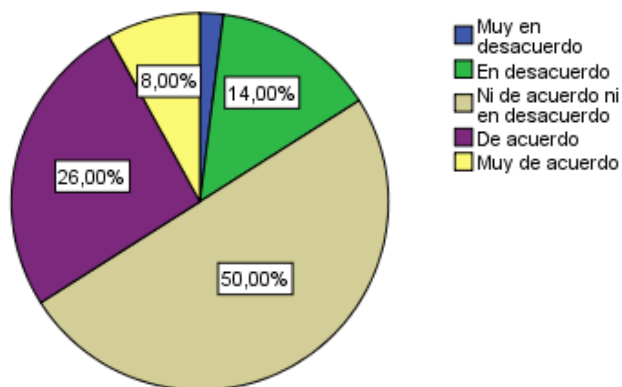
El 46 % mostró una posición neutral, lo que sugiere falta de cohesión y coordinación entre los miembros de los equipos. Esto se asocia a una débil planificación estratégica que

no promueve mecanismos de colaboración ni de liderazgo participativo, afectando la sinergia institucional.

Tabla 18: ¿Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	7	14,0	14,0	16,0
Ni de acuerdo ni en Válidos desacuerdo	25	50,0	50,0	66,0
De acuerdo	13	26,0	26,0	92,0
Muy de acuerdo	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 13: ¿Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales?



Análisis e interpretación

Considera que en la organización se promueve un trato justo y equitativo, y que se fomenta su participación en actividades institucionales, el 34% percibe un entorno justo y participativo, pero un 50% se mostró indiferente, lo que podría indicar falta de experiencias

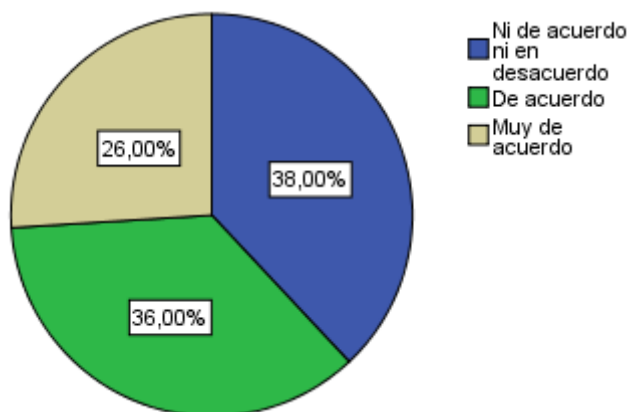
significativas o de comunicación sobre estas iniciativas. Un 16% expresó su desacuerdo, lo que evidencia que aún existen desafíos por superar en equidad y cultura organizacional.

El 50 % se mostró indiferente y un 16 % en desacuerdo, reflejando que la planificación estratégica no contempla políticas de inclusión ni estrategias de motivación del personal. Esta carencia afecta la equidad, la participación y el compromiso organizacional, reduciendo el desempeño colectivo.

Tabla 19: ¿Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	38,0	38,0	38,0
Válidos De acuerdo	18	36,0	36,0	74,0
Muy de acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 14: ¿Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación?



Análisis e interpretación

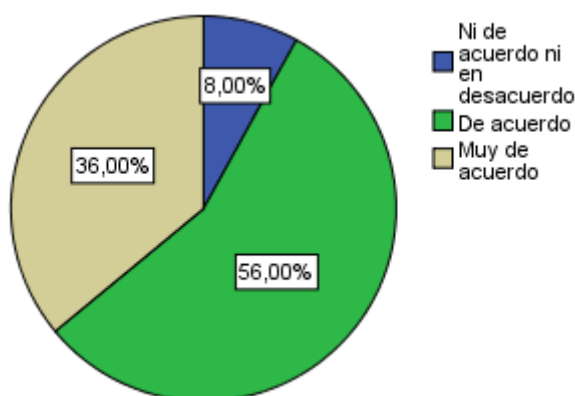
Cree que las condiciones laborales y el ambiente en la organización contribuyen a que el personal permanezca y se reduzca la rotación, el 60% considera que el clima laboral y las condiciones de trabajo fomentan la permanencia del personal, mientras que el 38% se mantiene neutral. Esto sugiere una percepción mayormente favorable, aunque aún se requiere reforzar aspectos que consoliden el sentido de pertenencia y reduzcan la rotación.

Aunque el 60 % lo percibe favorablemente, el 38 % se mantiene neutral. Esto indica que la planificación estratégica no aborda de manera suficiente la gestión del clima laboral. La falta de estrategias de retención y bienestar repercute en la estabilidad y en la satisfacción de los colaboradores.

Tabla 20: ¿Usted participa en las actividades institucionales programadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
Válidos De acuerdo	28	56,0	56,0	64,0
Muy de acuerdo	18	36,0	36,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 15: ¿Usted participa en las actividades institucionales programadas?



Análisis e interpretación

En cuanto a la pregunta realizada sobre la participación en las actividades institucionales programadas, el 56 % de los empleados indicó que se involucran de manera activa, esto refleja un nivel moderado de integración dentro de la organización. No obstante, un 36 % manifestó no participar y un 8 % establece una postura indiferente, notando factores relacionados con la motivación o la disponibilidad limitante del compromiso del personal con este tipo de iniciativas institucionales.

Un porcentaje de colaboradores presenta que no participa en las actividades institucionales, con un alcance del 36 %, esto manifiesta una posible falta de estímulo por parte de la organización. Por lo tanto, evidencia una debilidad en la planificación estratégica, al no fomentar de manera efectiva una cultura organizacional participativa y colaborativa, lo que afecta la cohesión interna y el sentido de pertenencia hacia la empresa.

De manera general, por medio de los resultados se permite concluir que las principales limitaciones del Grupo SIMAA se relacionan con el incumplimiento de

objetivos, la inexistencia de procesos de evaluación permanente y deficiencias en los canales de comunicación interna. Estos hallazgos confirman que la planificación estratégica actual tiene falencias que inciden directamente en la gestión organizacional, mediante lo que resaltan la necesidad de implementar un modelo de planificación estratégica renovado que incorpore mecanismos más eficaces de seguimiento, retroalimentación y coordinación institucional.

4.3 Comprobación de hipótesis

4.3.1 Hipótesis

H₁: La planificación estratégica incide en la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀: La planificación estratégica NO incide en la gestión organizacional del grupo SIMAA del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

4.3.1.1 Nivel de significancia

Se encontró un nivel de significancia del 5% ($\alpha = 0.05$). Bajo este criterio, los resultados permiten descartar la hipótesis nula (H_0) y, en consecuencia, aceptar la hipótesis alternativa (H_1).

4.3.2 Cálculo del Chi cuadrado

Se aplicó la prueba de chi-cuadrado para determinar la hipótesis del método utilizado en investigaciones para un análisis preciso de las variables en estudio por esta razón se enfatizó las siguientes preguntas: variable independiente relación entre la satisfacción con la claridad de los objetivos comunicados (pregunta 4) y la variable dependiente, percepción sobre la dinámica y los resultados del trabajo en equipo (pregunta 11).

Tabla 21: Pruebas de chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	68,012 ^a	9	,000
Razón de verosimilitudes	70,303	9	,000
Asociación lineal por lineal	,094	1	,759
N de casos válidos	50		

Nota: La tabla que se presenta a continuación expone los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada en el marco de la investigación. Realizado por Shirley Samaniego.

4.3.3 Análisis

Dado que el valor p obtenido es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0), se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Esto implica que existe una asociación significativa entre la planificación estratégica representada por la claridad de los objetivos comunicados y la gestión organizacional reflejada en la dinámica del trabajo en equipo. Por tanto, se puede concluir que una comunicación clara de los objetivos contribuye de forma positiva a los resultados colectivos y al ambiente organizacional.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Respecto al análisis de la planificación estratégica y la gestión organizacional, se evidenció que los procesos estratégicos actualmente aplicados carecen de una estructura sólida que permita guiar de manera eficiente las acciones internas de la organización. Esta situación pone en manifiesto debilidades en la coordinación y en la alineación institucional, lo cual confirma la necesidad de reforzar la vinculación entre los objetivos operativos y la visión global del grupo.

En el contrastar de manera teórica la planificación estratégica y la gestión organizacional, se corrobora la presencia de la falta de claridad en los objetivos, la limitada relación de comunicación interna y la escasez de participación del personal que frena significativamente la gestión organizacional. Esta evidencia empírica valida que la planificación estratégica incide positivamente en la gestión organizacional del Grupo SIMAA.

A través de una nueva propuesta del modelo de planificación estratégica, se plantea la adopción de un enfoque participativo, el cual incorpora de manera activa a todos los miembros de la organización en las etapas de formulación, implementación y monitoreo de los planes institucionales. Este planteamiento tiene como finalidad la actualización de la misión, visión, valores y políticas organizacionales, mediante la incorporación de mecanismos de control y evaluación permanente. Su aplicación permitirá articular los esfuerzos de las distintas áreas, optimizar el uso de los recursos disponibles y consolidar un liderazgo colaborativo, contribuyendo al fortalecimiento de la cohesión interna y al mejoramiento del desempeño operativo.

5.2 Recomendaciones

A partir del diagnóstico realizado sobre la planificación estratégica y la gestión organizacional del Grupo SIMAA, se recomienda implementar un sistema formal e integral que permita articular de manera coherente los objetivos operativos con la visión institucional. Los hallazgos evidencian la necesidad de estructurar procesos definidos, asignar responsabilidades por áreas y establecer reuniones periódicas de seguimiento para mejorar la coordinación interna. A través del diagnóstico se presentan acciones que contribuirán a dirigir las actividades institucionales en equipo para alcanzar objetivos, mejorando la administración y el desempeño asegurando alineamientos entre los niveles organizacionales.

Mediante el análisis teórico se comprueba la influencia favorable de la planificación estratégica que incide en la gestión organizacional, por lo tanto, se debe fortalecer los canales de comunicación interna además de incentivar la participación del personal en los procesos de planificación y en la toma de decisiones institucionales. La teoría comparada evidencia que cuando los colaboradores comprenden y comparten los objetivos estratégicos, se incrementa el compromiso institucional, mejora el clima laboral y se optimizan los resultados colectivos. En este sentido, las recomendaciones se fundamentan en la correspondencia entre el marco conceptual y las necesidades prácticas detectadas en el Grupo SIMAA.

En coherencia con el modelo de planificación estratégica propuesto, se plantea establecer un proceso participativo de implementación, control y evaluación continua, que permita su correcta adopción dentro del Grupo SIMAA. Este proceso debe incluir la actualización de la misión, visión, valores y políticas institucionales, así como la creación de indicadores que midan el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos. La aplicación de este modelo favorecerá una gestión organizacional más eficiente, cohesionada y orientada a la mejora continua, fortaleciendo la sostenibilidad y competitividad del grupo en el sector agroindustrial.

CAPÍTULO VI.

6. PROPUESTA

6.1 Tema de la propuesta

Se propone el modelo de planificación estratégica para la mejora de la gestión organizacional

6.1.1 Objetivo

Mejorar la gestión organizacional a través de la planificación estratégica inclusiva que involucra al personal con la visión y misión del Grupo SIMAA.

6.2 Modelo de Planificación estratégica propuesto

6.2.1 Nueva misión y visión del grupo SIMAA.

Debido a que la misión y visión ya están caducadas porque fue realizada en el 2018, ya no están vigentes se reformuló la visión y misión, el proceso de construcción, evaluación y oficialización de la misión institucional de la empresa se realizó en conjunto con el gerente y dueño de la empresa, garantizando que represente fielmente sus principios, propósitos y proyección.

6.2.2 Como formular la misión

Definición del enfoque de la Misión

La misión se desarrolló con el propósito de representar a la organización agroalimentaria dedicada a la producción y comercialización de insumos derivados del maíz, con un enfoque sostenible, eficiente tecnológicamente y orientado al fortalecimiento de la cadena productiva andina.

Conformación del grupo de trabajo

Para la elaboración de la misión se convocó a los directores de la empresa, al personal del área de producción, representantes departamentales. Este equipo interdisciplinario permitió recoger una visión integral.

Lluvia de ideas y redacción inicial

Durante una sesión de lluvia de ideas, cada persona compartió su perspectiva sobre los elementos clave que debía contener la misión. Entre las ideas comunes destacaron: compromiso con la calidad, sostenibilidad ambiental, impulso al desarrollo local, uso de tecnología avanzada y enfoque social. Con base en ello se realizó una primera redacción de la misión.

Revisión crítica y ajuste consensuado

La primera versión fue discutida en conjunto de manera objetiva y propositiva. Se ajustaron términos, se optimizó la redacción para mayor claridad y se aseguró que fuera representativa de la organización. Tras el análisis se logró el consenso general y se aprobó la versión definitiva.

Validación mediante preguntas clave

¿Qué hace la organización?

Elaborar y distribuir insumos derivados del maíz

¿Por qué lo hace?

Para impulsar el desarrollo local, fortalecer la cadena productiva y garantizar la seguridad alimentaria. Para ofrecer un abastecimiento confiable y de calidad.

¿Para quién lo hace?

Para clientes agroindustriales, productos y comunidades rurales. Se verificó que la redacción fuese clara, concisa, coherente y motivada.

Aprobación oficial de la Misión

Cumpliendo los términos de pertinencia, claridad y representatividad, la misión fue formalmente aceptada por todo el equipo de trabajo como declaración institucional.

Difusión interna

La misión fue incorporada en el manual organizacional, publicada en los espacios institucionales y explicada a todos los trabajadores en reuniones internas y capacitaciones.

Vigencia y aplicación

La misión se considera vigente de forma permanente. Se ha establecido su revisión cada tres años o ante cambios significativos en el entorno. Forma parte de los lineamientos clave en procesos de inducción, planificación y gestión organizacional.

Tabla 22: Cómo evaluar la misión

6.2.3 Como evaluar la misión

Característica	Calificación (1-7)	Justificación breve
Suficiente concisa	7	Mantiene el enfoque en sostenibilidad, innovación y el territorio andino.
Suficiente clara	6	Identifica calidad, innovación y responsabilidad social como ejes centrales.
Orienta lo más característico de la organización	6	Sugiere inversión en tecnología e impacto social.
Es coherente con la realidad	6	Tiene un enfoque ambicioso pero alcanzable.
Entusiasma a quien la lea	7	Proyecta liderazgo, impacto y orgullo organizacional.
Se puede tener en cuenta en el trabajo diario	6	Inspira el día a día, especialmente en áreas de innovación y desarrollo local.

La misión organizacional analizada presenta un nivel adecuado de coherencia y solidez, al cumplir con la mayoría de los criterios esenciales para su formulación. Su contenido resulta inspirador y orientador, pues establece con claridad un horizonte aspiracional para la empresa y cuenta con un alto potencial para motivar tanto al personal interno como a los aliados estratégicos.

6.2.3.1 Misión

Nos enfocamos en la producción y comercialización de insumos destinados al sector maicero, incorporando tecnología moderna y prácticas responsables con el medio ambiente, asegurando estándares de calidad y un suministro confiable para la industria agroalimentaria. Asimismo, promovemos el fortalecimiento de la cadena productiva andina, contribuyendo al desarrollo territorial y a la seguridad alimentaria a través de la innovación, la sostenibilidad y un firme compromiso social.

6.3 Metodología para desarrollar la visión

Reunión del equipo de planificación estratégica: Se convocó al grupo responsable del proceso estratégico, integrado por los representantes de las áreas fundamentales de la organización.

Definición del enfoque de la visión: Se estableció que la visión debía reflejar el posicionamiento esperado dentro del sector agroalimentario, destacando la sostenibilidad, la innovación y el liderazgo a nivel regional.

Determinación del horizonte temporal: Se fijó un periodo de proyección de 5 años considerando como referencia el escenario proyectado hacia el año 2030

Creación de un ambiente colaborativo: Se fomentó un entorno participativo y respetuoso que incentivó la expresión de ideas y la creatividad colectiva

Preparación para la concentración mental: Se solicitó a la participante que cerrara los ojos y proyectara mentalmente el futuro de la organización promoviendo una actitud abierta y reflexiva.

Dinámica de visualización: Se orientó a la integración a imaginar la empresa en su estado ideal considerando aspectos como infraestructura, localización, entorno, procesos productivos, cartera de clientes, nivel tecnológico, reputación y cultura organizacional

Elaboración del resumen: A partir de las visiones individuales, se construyó de manera consensuada un texto síntesis de entre 10 y 15 líneas que describen la imagen deseada de la organización para el año 2030.

Revisión y validación final: El documento fue evaluado, ajustado y aprobado por el equipo estratégico.

Difusión oficial: La visión aprobada se socializó con todo el personal, incorporándola a los distintos canales institucionales y espacios de trabajo.

6.3.1 Evaluación de la Visión Organizacional

Tabla 23: Evaluación de la Visión Organizacional

Característica	Calificación (1-7)	Justificación breve
Coherencia con la Misión	7	Mantiene enfoque en sostenibilidad, innovación y el territorio andino.
Aclara cuáles son las prioridades de acción	6	Identifica calidad, innovación y responsabilidad social como ejes centrales.
Orienta la asignación de recursos	6	Sugiere inversión en tecnología e impacto social.
Es coherente con la realidad	6	Tiene un enfoque ambicioso pero alcanzable.
Entusiasma a quien la lea	7	Proyecta liderazgo, impacto y orgullo organizacional.
Se puede tener en cuenta en el trabajo diario	6	Inspira el día a día, especialmente en áreas de innovación y desarrollo local.

6.3.1.1 Visión

Buscamos consolidarnos como una empresa agroindustrial de referencia en la región andina, distinguida por la producción de insumos maiceros de alta calidad, desarrollados bajo criterios de sostenibilidad. Nuestra proyección se fundamenta no solo en la excelencia e inocuidad de nuestras materias primas, sino también en el compromiso con las personas, el liderazgo en la incorporación de tecnologías innovadoras, la ética organizacional y la contribución positiva al desarrollo de las comunidades rurales y a la protección del entorno natural.

6.4 Pasos para definir Valores

1. Identificación colaborativa: Se incentivó la participación del equipo directivo y del personal operativo en el proceso de reconocimiento de los valores organizacionales esenciales. Como resultado del consenso grupal, se definieron los siguientes valores fundamentales:

- Integridad
- Compromiso
- Innovación
- Sostenibilidad
- Calidad
- Responsabilidad social
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Excelencia
- Pasión
- Congruencia
- Tenacidad

2. Proyección a futuro: Se evaluaron distintos escenarios posibles para los próximos cinco años, tales como eventos asociados al cambio climático, expansión hacia nuevos mercados y generación de alianzas con comunidades rurales, entre otros. En este análisis se reflexionó sobre la respuesta que deberían adoptar los equipos frente a cada situación, en coherencia con los valores previamente establecidos.

3. Priorización y jerarquización: A partir de los ejercicios de simulación hoy se ajustó el grado de relevancia de cada valor identificándose como de prioridad aquellos considerados indispensables para el cumplimiento de la misión institucional integridad compromiso sostenibilidad innovación calidad responsabilidad social y trabajo colaborativo.

4. Aplicación práctica: los valores oficialmente definidos orientarán la conducta organizacional y serán incorporados de manera transversal en los procesos de selección de personal, evaluación del desempeño, programas de capacitación y la gestión organizacional en general.

6.4.1 Valores aplicados específicamente en la empresa

- **Integridad:** implica actuar con rectitud, ética, transparencia en todos los ámbitos administrativos operativos y en la toma de decisiones. Este valor fortalece la confianza y habilidad en la relación con colaboradores, proveedores, clientes y comunidades.

- **Compromiso:** A representa la responsabilidad, dedicación y sentido de pertenencia de cada integrante de SIMAA hacia el logro de los objetivos institucionales, supone cumplir con las funciones asignadas y contribuir activamente al desarrollo organizacional priorizando el interés colectivo.
- **Sostenibilidad:** Hace referencia al uso responsable y eficiente de los recursos promoviendo un equilibrio entre los ámbitos económicos, sociales y ambientales de modo que las actividades actuales no limiten el desarrollo de las generaciones futuras.
- **Innovación:** Consiste en la capacidad de generar y aplicar ideas, procesos y productos nuevos que agreguen valor. Este valor impulsa a la organización a adaptarse a los cambios del entorno, promoviendo soluciones creativas y eficientes.
- **Calidad:** Se orienta a la entrega de productos y servicios que respondan a elevados estándares de eficiencia, seguridad y satisfacción mediante procesos de mejora continua y que garanticen el cumplimiento de las expectativas internas y externas.
- **Responsabilidad social:** Expresa el compromiso de la organización con el bienestar social y el cuidado del entorno reflejando una práctica ética, apoyo a comunidades vulnerables y participación en iniciativas de desarrollo social.
- **Trabajo en equipo:** Promueve la cooperación, la comunicación efectiva y el respeto entre los integrantes, permitiendo la integración de competencias, el intercambio de conocimientos y el logro eficiente de los objetivos institucionales.

6.4.2 Evaluación de los Valores Organizacionales del grupo SIMAA

Tabla 24: Evaluación de los Valores

Característica	Calificación (1-7)	Justificación breve
Coherencia con la visión	7	Los valores están alineados con el propósito institucional, promoviendo sostenibilidad e innovación.
Aclara cuáles son las prioridades de acción	6	Se destacan la calidad, la responsabilidad social y la innovación como ejes fundamentales de la gestión.
Orienta la asignación de recursos	6	Los valores sugieren la necesidad de invertir en tecnología, formación, impacto ambiental y social.
Es coherente con la realidad	6	El enfoque es retador pero viable, tomando en cuenta el contexto organizacional y su capacidad operativa.
Entusiasma a quien la lea	7	Refleja una identidad institucional sólida, motivadora y con visión transformadora.
Se puede tener en cuenta en el trabajo diario	6	Los valores inspiran conductas concretas en los equipos de trabajo, especialmente en lo social, ambiental e innovador.

6.4.3 Los valores institucionales del grupo SIMAA establecidos

- Integridad
- Compromiso
- Sostenibilidad
- Innovación
- Calidad
- Responsabilidad social
- Trabajo en equipo

6.5 Lineamientos formulación políticas

6.5.1 Alineamientos para Elaborar Políticas Empresariales

Coherencia con la misión, visión y valores: Las políticas deben expresar de manera consistente el propósito institucional, la orientación estratégica y los principios éticos de la organización.

Alineación con los objetivos estratégicos: Deben contribuir directamente al logro de los objetivos institucionales y a la ejecución de los planes estratégicos definidos.

Enfoque normativo y legal: Garantiza el cumplimiento de la normativa legal vigente a nivel nacional, sectorial e internacional aplicable.

Claridad y precisión: La redacción debe ser comprensible, concreta y libre de ambigüedades, evitando interpretaciones erróneas.

Viabilidad operativa: Las políticas deben ser factibles de aplicar, considerando los recursos disponibles y las capacidades internas de la organización.

Participación y consulta: Promueven la intervención de los actores relevantes, como colaboradores, responsables de área y demás grupos de interés, durante su formulación.

Medición y evaluación: Es necesario que las políticas incorporen criterios e indicadores que faciliten su seguimiento, evaluación y mejora continua.

Consistencia interna: Deben mantener coherencia con otras políticas, normas y reglamentos internos de la empresa, evitando contradicciones.

Flexibilidad ante cambios: Las políticas deben permitir ajustes oportunos frente a modificaciones del entorno o a cambios en la estrategia organizacional.

Enfoque en mejora continua: La política debe contribuir al aprendizaje organizacional y a la optimización de procesos.

6.5.2 Políticas aplicadas específicamente en la empresa

Política de Calidad: Todos los productos derivados del maíz deberán cumplir con estándares técnicos y normativos nacionales e internacionales para asegurar la satisfacción del cliente y la mejora continua.

Política de sostenibilidad: las operaciones productivas deberían minimizar el impacto ambiental y fomentar prácticas agrícolas responsables y sostenibles

Política de responsabilidad social: la empresa mantendrá un vínculo activo con las comunidades rurales, promoviendo empleo digno, desarrollo territorial y relaciones de respeto mutuo.

Política de Innovación: se fomentará una cultura de innovación permanente en procesos, productos y servicios, incentivos de creatividad y la incorporación tecnológica y apropiada.

Política de ética e integridad: todos los colaboradores deberán actuar con transparencia, honestidad y apego a los valores institucionales de todas sus acciones.

Política de formación y desarrollo: se garantiza la capacitación continua del personal para el fortalecimiento de competencias técnicas, humanas y organizacionales.

Política de comunicación interna: la información estratégica y operativa se difundirá de manera oportuna y clara en todos los niveles, fortaleciendo la cohesión organizacional.

Política de evaluación y mejora continua: todos los procesos deberán ser monitoreados y evaluados periódicamente a fin de identificar áreas de mejora y mantener la eficiencia organizacional.

6.5.3 Evaluación de las políticas del grupo SIMAA

Tabla 27: Evaluación de las políticas

Política	Calificación (1-7)	Justificación breve
Coherencia con la visión	7	Asegura productos y servicios eficientes, coherentes con el liderazgo territorial que busca la empresa.
Aclara cuáles son las prioridades de acción	7	Directamente alineada con la visión de desarrollo sostenible y cuidado del entorno andino.
Orienta la asignación de recursos	7	Refuerza el compromiso con las comunidades y la inclusión social que impulsa la visión.
Es coherente con la realidad	7	Es pilar clave de la visión al promover soluciones tecnológicas y mejoras continuas.
Entusiasma a quien la lea	7	Contribuye al crecimiento del talento humano, pero requiere un enfoque más claro.
Se puede tener en cuenta en el trabajo diario	6	Fortalece la capacidad de adaptación y evolución de la organización, clave para su visión estratégica.

6.5.4 Las políticas institucionales del grupo SIMAA establecidos

- Política de Calidad
- Política de Sostenibilidad
- Política de Responsabilidad Social
- Política de Innovación
- Política de Ética e Integridad
- Política de Formación y Desarrollo
- Política de Comunicación Interna
- Política de Evaluación y Mejora Continua

6.6 Objetivos estratégicos

6.6.1 Formulación de los objetivos estratégicos

- **Análisis de la Visión Institucional**

Aspiramos a posicionarnos como una referente agroindustrial en la región andina reconocidos por nuestra excelencia en productos maiceros desarrollados bajo principios de sostenibilidad queremos destacar no sólo por la calidad e inequidad de nuestras materias primas sino también por nuestro compromiso humano el liderazgo en el uso de tecnologías innovadoras la integridad institucional y el impacto positivo que generamos en las comunidades rurales y en la perspectiva ambiental.

Identificación de componentes claves

- Posicionamiento agroindustrial
- Productos maiceros
- Sostenibilidad ambiental
- Calidad e inocuidad
- Compromiso humano
- Uso de tecnologías innovadoras
- Integridad institucional
- Impacto en comunidades rurales

Temas estratégicos agrupados

Elementos centrales de la visión en ejes estratégicos para facilitar su conversión en objetivos:

Eje estratégico

Posicionamiento regional

Calidad e inocuidad

Sostenibilidad ambiental

Innovación tecnológica

Compromiso social y capital humano

Ética

Redacción de los Objetivos Estratégicos

Cada eje estratégico se convierte en un objetivo claro, orientado a resultados.

Eje: Posicionamiento Regional

Objetivo: Posicionar a SIMAA como un referente agroindustrial en la región andina.

Eje: Calidad e Inocuidad

Objetivo: Garantizar altos estándares de calidad e inocuidad en productos derivados del maíz.

Eje: Sostenibilidad Ambiental

Objetivo: Implementar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental.

Eje: Innovación Tecnológica

Objetivo: Integrar tecnologías innovadoras en procesos y gestión.

Eje: Compromiso Social

Objetivo: Fortalecer el compromiso institucional con las comunidades rurales.

Eje: Ética e Integridad

Objetivo: Consolidar una cultura organizacional basada en la ética y la integridad.

6.6.2 Objetivos establecidos

- Posicionar al grupo SIMAA como un actor agroindustrial en la región andina a través de identidad corporativa y estrategias comerciales diferenciadas.
- Garantizar altos estándares de calidad e inequidad en la cadena productiva de productos derivados del maíz.
- Implementar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental y promuevan el uso adecuado de los recursos naturales.
- Incorporar tecnologías innovadoras con los procesos productivos, logísticos y administrativos para aumentar la eficiencia y competitividad de la organización.
- Fortalecer el compromiso institucional con el desarrollo de las comunidades rurales a través de programas de inclusión, capacitación y responsabilidad social.
- Consolidar una cultura organizacional basada en la ética, la transparencia y la integridad en todos los niveles de gestión.

6.7 Análisis FODA

Tabla 25: FODA

Fortalezas	Oportunidades
Amplia experiencia en la producción y transformación de maíz.	Creciente demanda nacional e internacional de productos con valor agregado.
Equipo humano comprometido y capacitado.	Políticas públicas de apoyo al agro y encadenamientos productivos.
Infraestructura productiva en crecimiento.	Tendencia global hacia el consumo responsable y sostenible.
Fuerte vinculación con comunidades rurales.	Avances tecnológicos accesibles para el agroindustrial.
Compromiso institucional con la sostenibilidad e innovación.	Potencial de exportación en mercados andinos y latinoamericanos.
Debilidades	Amenazas
Limitado acceso a financiamiento de largo plazo.	Cambios climáticos que afectan la producción agrícola.
Dependencia de proveedores externos para algunos insumos clave.	Competencia creciente en productos derivados del maíz a menor costo.
Falta de certificaciones internacionales aún en proceso.	Fluctuaciones en precios de materias primas y logística.
Necesidad de fortalecer canales digitales de comercialización.	Inestabilidad en políticas gubernamentales relacionadas con el agro.
Procesos administrativos aun parcialmente tecnificados.	Riesgos sanitarios y regulaciones estrictas en mercados de exportación.

6.7.1 Cuadro de acciones

Tabla 26: Cuadro de acciones

Estrategias	Acciones	Subacciones	Responsable	Recursos	Financiamiento	Tiempo
•Desarrollar una identidad corporativa de la marca que resalte los valores, la sostenibilidad y la innovación en todos los canales.	Definir la identidad corporativa	Crear un manual de marca que defina la misión, visión, valores y personalidad de la marca.	Gerencia de Talento Humano	Consultores externos en branding, tiempo de equipo interno, herramientas de diseño	\$2.500	1 mes
		Establecer un tono de voz y un lenguaje visual coherentes para todos los canales.	Gerencia de Talento Humano	Manuales de comunicación, software de diseño (Canva, Adobe)	\$800	15 días
	Diseñar una imagen visual	Crear un logotipo y una identidad visual que reflejen los valores y la personalidad de la marca.	Departamento de Marketing	Agencia creativa, software de diseño gráfico, feedback de usuarios	\$3.000	15 días
		Desarrollar un estilo visual coherente para todos los materiales de marketing y comunicación.	Departamento de Marketing	Plantillas gráficas, sesiones de revisión, impresión	\$1.200	1 mes

	Comunicar la sostenibilidad	Crear contenido que destaque las prácticas sostenibles y responsables de la empresa.	Gerencia Comercial	Cámaras, editores de video, contenido visual de campo	\$1.500	1 mes
		Utilizar certificaciones y sellos de sostenibilidad para demostrar el compromiso con el medio ambiente.	Gerencia Comercial	Financiamiento	\$5.000	1 años
	Mostrar la innovación	Crear contenido que muestre la innovación y la tecnología utilizada en los productos o servicios.	Departamento de Marketing	financiamiento	\$2.000	15 días
		Utilizar casos de éxito y testimonios de clientes para demostrar la efectividad de la innovación.	Departamento de Marketing	Base de datos de clientes, entrevistas, testimonios reales	\$1.000	1 mes
	Implementar la identidad corporativa en todos los canales	Actualizar el sitio web y las redes sociales para reflejar la nueva identidad corporativa.	Departamento de Marketing	Financiamiento y Rebranding		15 días

		Utilizar la identidad corporativa en todos los materiales de marketing y comunicación, como folletos, tarjetas de presentación, etc.	Departamento de Marketing	Impresora comercial, diseño gráfico, papel de alta calidad	\$1.000	1 mes
•Implementar campañas de marketing digital dirigidas a consumidores regionales e internacionales.	Definir el público objetivo	Identificar a los consumidores regionales e internacionales que se ajusten a la misión y visión de la empresa.	Gerencia de Logística	Consultores externos en branding, tiempo de equipo interno, herramientas de diseño	\$2.000	1 mes
	Crear contenido relevante	Desarrollar contenido de calidad que sea relevante y atractivo para el público objetivo.	Departamento de Marketing	Agencia creativa, software de diseño gráfico, feedback de usuarios	\$2.500	15 días
		Utilizar formatos de contenido como blog posts, videos, infografías, etc.	Departamento de Marketing	Plantillas gráficas, sesiones de revisión, impresión	\$1.800	1 mes
	Utilizar canales de marketing digital	Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. para llegar a un público más amplio.	Gerencia de Logística	Community manager, cámaras, editores de video, contenido visual de campo	\$3.000	1 mes

		Utilizar publicidad en línea como Google Ads, Facebook Ads, etc. para llegar a un público específico.	Gerencia de Logística	Plataforma Google Ads, Business Manager de Meta, segmentación de mercado	\$600	1 años
Medir y analizar los resultados		Utilizar herramientas de análisis como Google Analytics para medir el tráfico y la conversión en el sitio web.	Gerencia de Logística	Licencia Google Analytics, dashboard de métricas, KPI's	\$500	15 días
		Utilizar métricas como el engagement y la tasa de apertura para evaluar la efectividad de las campañas de marketing digital.	Gerencia de Logística	Base de datos de clientes, entrevistas, testimonios reales	\$700	1 mes
Optimizar y ajustar		Utilizar los datos y análisis para optimizar y ajustar las campañas de marketing digital.	Gerencia de Logística	Software de análisis, consultoría externa en performance marketing	\$1.500	15 días
		Realizar pruebas A/B para determinar qué funciona mejor y ajustar las estrategias en consecuencia.	Gerencia de Logística	Herramientas A/B testing (Optimizely, Google Optimize), diseño gráfico	\$1.000	1 meses

<p>•Capacitar periódicamente al personal operativo en temas de higiene, control de calidad y protocolos de inocuidad.</p>	<p>Diseñar un plan anual de capacitación técnica.</p>	<p>Definir contenidos y temáticas prioritarias.</p>	<p>Gerencia Comercial</p>	<p>Manuales BPM y HACCP, normativa ARCSA, consultoría técnica</p>	<p>\$1.000</p>	<p>20 días</p>
		<p>Calendarizar sesiones según turnos de trabajo.</p>	<p>Gerencia Comercial</p>	<p>software de gestión (Excel/ERP), cronogramas, personal de RR. HH.</p>	<p>\$500</p>	<p>15 días</p>
	<p>Contratar instructores especializados en higiene y calidad.</p>	<p>Seleccionar proveedores certificados.</p>	<p>Gerencia Comercial</p>	<p>Red de consultores acreditados, registros de proveedores</p>	<p>\$3.500</p>	<p>1 mes</p>
			<p>Gerencia Comercial</p>			
	<p>Implementar talleres prácticos en planta.</p>	<p>Simular procesos reales con supervisión técnica.</p>	<p>Gerencia Comercial</p>	<p>Equipos de protección personal, kits de inocuidad, insumos de producción</p>	<p>\$2.500</p>	<p>2 meses</p>
		<p>Evaluar desempeño individual post-taller.</p>	<p>Gerencia Comercial</p>	<p>Formularios de evaluación, checklists de competencias</p>	<p>\$800</p>	<p>20 días</p>

	Crear material didáctico digital e impreso.	Elaborar manuales ilustrados y guías rápidas.	Gerencia Comercial	Diseñadores gráficos, software editorial (InDesign, Canva Pro), impresora	\$1.200	1 mes
		Distribuir el material a todo el personal operativo.	Gerencia Comercial	Plataforma interna, impresión, logística de entrega	\$700	15 días
	Evaluar la efectividad de las capacitaciones.	Aplicar pruebas de conocimientos antes y después.	Gerencia Comercial	Formularios digitales, exámenes escritos	\$600	15 días
		Ajustar contenidos según resultados obtenidos.	Gerencia Comercial	Consultoría pedagógica, retroalimentación del personal	\$500	15 días
•Establecer un sistema digital de control de calidad para toda la cadena productiva.	Integrar sensores y dispositivos de monitoreo en planta.	Instalar sensores de temperatura, humedad y pH.	Gerencia Comercial	Sensores IoT, técnicos de instalación, software de integración	\$6.500	2 meses
			Gerencia Comercial	Sistema SCADA, software de monitoreo, equipo TI	\$2.000	20 días

		Configurar alertas automáticas.		Instructores internos, sala de capacitación, presentaciones digitales	\$1.200	1 mes
Capacitar al personal en uso del sistema.		Realizar sesiones de entrenamiento por área.	Gerencia Comercial	Diseñadores gráficos, impresión y distribución digital	\$600	15 días
		Entregar manuales de uso.	Gerencia Comercial	Software de BI (Power BI, Tableau), capacitadores	\$2.500	1 mes
Configurar reportes automáticos de indicadores clave.		Establecer periodicidad y responsables de revisión.	Gerencia Comercial	integracion de equipos de TI	\$1.800	20 días
		Vincular reportes con el área de gestión de calidad.	Gerencia Comercial	Integración ERP/CRM, equipo de TI	\$1.800	20 días
Realizar auditorías digitales periódicas.		Programar revisiones mensuales de datos	Gerencia Comercial	Auditoría externa, dashboards de calidad	\$1.000	12 meses
		Implementar mejoras según hallazgos.	Gerencia Comercial	Consultoría externa, recursos correctivos	\$2.500	12 meses

	Seleccionar software especializado en control de calidad.	Comparar mínimo tres opciones del mercado.	Gerencia Comercial	Cotizaciones, pruebas piloto	\$800	15 días
		Negociar costos y licencias.	Gerencia Comercial	Equipo financiero, contratos de licencias anuales	\$4.000	20 días
Reducir el consumo de agua y energía mediante tecnologías limpias como sistemas de recirculación y paneles solares.	Instalar sistemas de recirculación de agua en planta.	Implementar filtros y bombas eficientes.	Gerencia de Logística	Bombas industriales, filtros de alta eficiencia, técnicos	\$7.000	3 meses
		Identificar puntos de mayor consumo.	Gerencia de Logística	Auditoría hídrica y energética, sensores de caudal	\$2.000	1 mes
	Implementar paneles solares para iluminación y maquinaria.	Realizar estudio de viabilidad técnica.	Gerencia de Logística	Consultoría externa en energía solar	\$3.500	1 mes
		Contratar instalación con empresa certificada.	Gerencia de Logística	Paneles solares, inversores, mano de obra especializada	\$25.000	4 meses
	Sustituir luminarias por tecnología LED.	Identificar zonas prioritarias.	Gerencia de Logística	Auditoría de iluminación, plan de reemplazo	\$1.000	15 días
		Reciclar luminarias antiguas.	Gerencia de Logística	Contrato con gestor ambiental, logística interna	\$800	20 días

	Monitorear consumo de recursos en tiempo real.	Instalar medidores inteligentes.	Gerencia de Logística	Medidores digitales, software de gestión	\$3.500	2 meses
		Analizar datos mensualmente.	Gerencia de Logística	Dashboard energético, equipo de calidad	\$1.000	12 meses
	Capacitar al personal en uso eficiente de recursos	Realizar charlas internas de concientización.	Gerencia de Logística	Charlas técnicas, material audiovisual	\$700	15 días
		Entregar guías de buenas prácticas	Gerencia de Logística	Manuales impresos y digitales, cartelería	\$500	15 días
•Establecer convenios con entidades ambientales para restauración de suelos y manejo adecuado de residuos.	Identificar y contactar organizaciones ambientales.	Elaborar listado de entidades potenciales.	Gerencia de Logística	Equipo técnico, base de datos, internet	Presupuesto operativo anual (USD 1.500)	1 mes
		Enviar propuestas formales de colaboración.	Gerencia de Logística	Modelos de convenios, gestor documental	fondos internos	2 meses
	Firmar convenios de cooperación.	Definir objetivos y actividades conjuntas.	Gerencia de Logística	Equipo jurídico, reuniones técnicas	fondos compartidos	3 meses
		Formalizar acuerdos por escrito.	Gerencia de Logística	Asesoría legal externa	2.000	3-4 meses

	Desarrollar proyectos piloto de restauración de suelos.	Seleccionar áreas prioritarias.	Gerencia de Logística	Drones, GIS, personal técnico	convenios	4 meses
		Implementar técnicas de reforestación y fertilización orgánica.	Gerencia de Logística	Semillas nativas, compost, herramientas agrícolas	fondos compartidos	1 año
	Implementar programas de reciclaje y manejo de residuos.	Separar residuos en origen.	Gerencia de Logística	Contenedores diferenciados, señalética	fondos	2 meses
		Coordinar con gestores autorizados.	Gerencia de Logística	Contratos externos	servicios	3 o +
	Monitorear el impacto ambiental de los convenios.	Establecer indicadores de seguimiento.	Gerencia de Logística	Software ambiental, encuestas, informes	\$4.000	semestral
		Publicar informes anuales.	Gerencia de Logística	Equipo de comunicación, diseño gráfico	fondos internos	1 vez/ año
• Adoptar tecnologías de automatización en procesos críticos, como envasado, control de	Realizar diagnóstico de procesos a automatizar.	Mapear flujo productivo.	Gerencia Comercial	Equipo técnico, software de mapeo de procesos (Bizagi, Visio)	1.000	1 mes
		Identificar cuellos de botella.	Gerencia Comercial	Estudios de tiempos y movimientos	fondos internos	1 mes

temperatura y almacenamiento.	Seleccionar proveedores de tecnología.	Evaluar propuestas técnicas y económicas.	Gerencia Comercial	Comité de compras, RFI/RFP	1.500	2 meses	
		Negociar plazos y garantías.	Gerencia Comercial	Asesoría legal, contratos	crédito	2 meses	
	Instalar equipos de automatización.	Montar maquinaria en áreas críticas.	Gerencia Comercial	Proveedor certificado, ingenieros	\$150.000	4 meses	
		Configurar sistemas según parámetros de producción.	Gerencia Comercial	Software SCADA, PLCs, sensors	fondos internos	4 meses	
	Capacitar al personal en manejo de equipos.	Realizar sesiones de entrenamiento práctico.	Gerencia Comercial	Manuales, instructores del proveedor	incluye en el contrato	2 meses	
		Entregar guías de operación.	Gerencia Comercial	Manuales digitales e impresos	\$800	2 meses	
	Medir eficiencia post-automatización.	Comparar indicadores antes y después.	Gerencia Comercial	Ingenieros de mantenimiento	fondos internos	6 meses	
		Ajustar parámetros para optimizar rendimiento.	Gerencia Comercial	ingenieros de mantenimiento	incluido mantenimiento anual	6-12 meses	
	• Implementar un sistema para	Promover la comprensión y apropiación de la	Diseñar material visual (afiches, videos, boletines)	Gerencia Comercial	Diseñador gráfico, software de diseño	\$250	1 mes

integrar la gestión administrativa.	visión organizacional por parte de todo el personal.	digitales) con mensajes alineados a la visión.				
		Realizar charlas y conversatorios en todas las áreas para difundir los valores, misión y visión institucionales.	Gerencia Comercial	Facilitadores internos	\$300	2 meses
	Fomentar la participación activa del personal en la construcción y seguimiento de los objetivos estratégicos.	Incluir al personal en jornadas de revisión de metas departamentales e institucionales.	Gerencia Comercial	Salas de reunión, proyectores, refrigerios	\$200	6 meses
		Recoger sugerencias y retroalimentación sobre cómo las actividades individuales contribuyen a la visión global.	Gerencia Comercial	Software, servidores, personal TI	\$3.000	6 meses
	Garantizar la coherencia entre los objetivos de cada área y los lineamientos estratégicos institucionales.	Analizar los planes operativos y objetivos existentes en cada departamento.	Gerencia Comercial	Encuestas, entrevistas, analistas	\$400	2 meses
		Redefinir los objetivos departamentales con base en la visión, misión y prioridades estratégicas.	Gerencia Comercial	Consultores estratégicos, documentación institucional	\$500	3 meses

	Asegurar que la alineación entre áreas se mantenga mediante evaluación y comunicación continua.	Establecer reuniones trimestrales de coordinación interdepartamental.	Gerencia Comercial	Agenda institucional, salas de reunión, refrigerios	\$150	cada 3 meses
		Comunicar los avances y ajustes estratégicos a todos los niveles organizativos.	Gerencia Comercial	Boletines digitales, correo corporativo, software interno de comunicación	\$250	1 mes
	Contar con una plataforma tecnológica que unifique los procesos administrativos, financieros y operativos de la organización.	Configurar los módulos de contabilidad, recursos humanos, compras y tesorería.	Gerencia Administrativa y Financiera	Software ERP, servidores, soporte técnico	\$5.000	8 mese
		Analizar las necesidades administrativas y funcionales de cada área.	Gerencia de Talento Humano	Formularios de diagnóstico, entrevistas, analistas internos	\$300	3 meses
• Optimizar la gestión de los recursos, procesos internos y cadenas de suministro mediante prácticas sostenibles y alianzas	Garantizar una administración racional de recursos financieros, humanos y materiales.	Implementar políticas de ahorro energético, reciclaje y control de inventarios.	Gerencia Financiera	Consultores ambientales, software de gestión de recursos, material educativo	\$800	3 meses
		Automatizar procesos administrativos y productivos para reducir desperdicios.	Gerencia Financiera	Software ERP, sensores IoT, soporte técnico	\$ 4 .500	6 meses
					\$1.000	5 meses

preferenciales con productores rurales.	Estandarizar los procedimientos operativos para incrementar la productividad y la trazabilidad.	Mapear los procesos críticos de la cadena interna.	Gerencia Financiera	Analistas de procesos, diagramas de flujo, herramientas BPM		
		Integrar herramientas digitales de control de calidad y monitoreo en tiempo real.	Gerencia Financiera	Equipos de monitoreo, software SCADA, personal TI	\$3.800	4 meses
	Promover relaciones comerciales estables y éticas con proveedores rurales.	Establecer acuerdos preferenciales de compra con productores certificados.	Gerencia Financiera	Contratos, asesoría legal, reuniones con productores	\$600	4 meses
		Asegurar prácticas agrícolas sostenibles y comercio justo en toda la cadena.	Gerencia Financiera	Capacitadores, manuales de buenas prácticas, auditorías de campo	\$ 1, 200	6 meses
	Asegurar la transparencia y calidad de los insumos desde el origen hasta el producto final.	Etiquetar y registrar digitalmente los productos por lote y procedencia.	Gerencia Financiera	Software de trazabilidad, etiquetas RFID, escáneres	\$2.000	4 meses
		Utilizar plataformas tecnológicas para el seguimiento logístico y documental.	Gerencia Financiera	Plataforma en la nube, licencias, capacitación de usuarios	\$1.500	3 meses

	Impulsar la sostenibilidad y el desarrollo local a través de asistencia técnica y cooperación.	Capacitar a los productores en buenas prácticas agrícolas y de gestión.	Gerencia Financiera	Capacitadores técnicos, material didáctico, transporte	\$900	4 meses
		Establecer convenios de cooperación e innovación con comunidades rurales asociadas.	Gerencia Financiera	Convenios interinstitucionales, asesoría técnica, fondos de innovación	\$1.000	6 meses
• Desarrollar alianzas para programas de educación nutricional y emprendimientos rurales.	Contactar instituciones educativas.	Elaborar listado de aliados potenciales.	Gerencia Financiera	Personal de relaciones institucionales, base de datos, internet	\$150	1 mes
		Presentar propuesta de colaboración.	Gerencia Financiera	Documentos de propuesta, transporte, reuniones presenciales o virtuales	\$250	2 meses
	Diseñar programas de educación nutricional.	Definir contenidos y materiales.	Gerencia de Talento Humano	Nutricionistas, diseñadores gráficos, material impreso y audiovisual	\$700	3 meses
		Adaptar la información a públicos rurales.	Gerencia de Talento Humano	Traductores locales, materiales didácticos, infografías y guías visuales	\$400	2 meses

	Organizar talleres y charlas comunitarias.	Coordinar fechas y lugares.	Gerencia de Talento Humano	Salones comunales, proyectores, refrigerios, material didáctico	\$350	2 meses	
		Invitar a especialistas en salud y nutrición.	Gerencia de Talento Humano	Honorarios profesionales, logística de transporte, certificados	\$600	3 meses	
	Promover emprendimientos rurales.	Brindar formación en gestión empresarial.	Gerencia Financiera	Capacitadores, manuales de emprendimiento, equipos multimedia	\$800	4 meses	
		Facilitar acceso a microcréditos.	Gerencia Financiera	Convenios con cooperativas, formularios de solicitud, asesoría financiera	\$1.500	6 meses	
	Monitorear el impacto de los programas.	Aplicar encuestas de satisfacción.	Gerencia de Talento Humano	Formularios digitales, encuestadores, software estadístico	\$300	3 meses	
		Medir cambios en hábitos alimenticios.	Gerencia de Talento Humano	Formularios digitales, encuestadores, software estadístico	\$500	6 meses	
	• Establecer un sistema de denuncias	Diseñar una plataforma digital de denuncias.	Garantizar anonimato y seguridad de datos.	Gerencia de Talento Humano	Software seguro, servidor dedicado, soporte TI	\$2.000	4 meses

anónimas y auditorías internas periódicas.		Integrar alertas automáticas para responsables.	Gerencia de Talento Humano	Sistema de notificaciones, correo interno cifrado, personal técnico	\$800	2 meses
	Difundir el sistema entre todo el personal.	Realizar charlas informativas.	Gerencia de Talento Humano	Capacitadores internos, material audiovisual, salas de reunión	\$300	2 meses
		Colocar afiches y guías en áreas comunes.	Gerencia de Talento Humano	Material impreso, carteleras, diseño gráfico	\$150	1 mes
	Definir protocolos de respuesta a denuncias.	Establecer tiempos máximos de respuesta.	Gerencia de Talento Humano	Manual de procedimientos, asesores legales, documentación interna	\$250	1 mes
		Asignar un comité de revisión.	Gerencia General	Comité interdisciplinario, reglamento interno, capacitación en ética	\$200	2 meses
	Realizar auditorías internas trimestrales.	Planificar revisiones de procesos críticos.	Gerencia Administrativa	Audidores internos, listas de verificación, herramientas de control	\$1.000	trimestral

		Elaborar informes de hallazgos.	Gerencia Administrativa	Software de reportes, analistas de cumplimiento, papelería	\$400	trimestral
	Evaluar y mejorar el sistema de denuncias.	Analizar indicadores de uso y resolución.	Gerencia de Talento Humano	Analistas de datos, panel de control digital, reportes estadísticos	\$350	6 meses
		Implementar mejoras continuas.	Gerencia General	Reuniones de retroalimentación, actualización de software, asesoría externa	\$600	permanente
Fomentar una cultura de liderazgo ético y colaborativo que promuevan la participación y la corresponsabilidad institucional	Ejecutar programas de liderazgo que fomenten la cooperación, la corresponsabilidad y la toma de decisiones conjunta en los equipos.	Realizar talleres y dinámicas prácticas que refuercen la cooperación y la corresponsabilidad entre los miembros del equipo.	Gerencia de Talento Humano	Salas de capacitación, facilitadores, material didáctico	\$300	3 meses
		Medir los resultados de los programas mediante encuestas, retroalimentación de los equipos y seguimiento del desempeño colaborativo.	Gerencia de Talento Humano	Encuestas, software de análisis, personal de seguimiento	\$500	trimestral

	Proporcionar mentoría y coaching continuo para fortalecer habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.	Identificar líderes y colaboradores prioritarios	Gerencia de Talento Humano	Base de datos de personal, informes de desempeño	\$200	1 mes
		Definir objetivos y plan de desarrollo individual	Gerencia de Talento Humano	Plantillas de desarrollo, reuniones individuales	\$300	2 meses
	Promover la implicación activa de todo el personal en proyectos, iniciativas y toma de decisiones, asegurando un compromiso compartido con los objetivos de la institución.	Establecer indicadores para evaluar la participación, medir resultados y ofrecer retroalimentación constante a los equipos.	Gerencia de Talento Humano	Software de evaluación, cuestionarios	\$400	trimestral
		Diseñar programas para destacar la implicación y compromiso del personal en los objetivos institucionales.	Gerencia de Talento Humano	Materiales de promoción, certificados	\$1,00	6 meses
	Implementar sistemas periódicos de evaluación del desempeño y	Establecer indicadores para evaluar la participación, medir resultados y ofrecer retroalimentación constante a los equipos.	Gerencia de Talento Humano	Software de evaluación, reuniones de seguimiento	\$400	trimestral

	liderazgo, ofreciendo retroalimentación constructiva para el crecimiento individual y colectivo.	Crear mecanismos formales de involucramiento, como comités, grupos de trabajo	Gerencia de Talento Humano	Documentación de procesos, espacios de reunión, facilitadores	\$250	4 meses
	Establecer programas de incentivos y reconocimiento para destacar comportamientos éticos, colaborativos y de liderazgo efectivo.	Brindar talleres y materiales para que el personal entienda cómo participar efectivamente	Departamento de Marketing	Material visual, capacitadores, folletos, videos institucionales	\$350	2 meses
		Entregar incentivos y asumir responsabilidades compartidas.	Departamento de Marketing	Premios simbólicos, certificados, eventos de reconocimiento	\$500	semestral

BIBLIOGRAFÍA

7. BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E., & Aguilar, M. (1995). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Lumen.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas : Editorial Episteme: (6ª Edición).
- Ávila Rosado, A. J., & Rosero Benavides, J. A. (2024). Propuesta de mejora en una línea de producción de snacks de plátano verde de una empresa de alimentos mediante el ciclo DMAIC. *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*, P, 10. doi:<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/28955>
- Barraza, H. J. (2019). ¿Cuál es la diferencia entre Propósito, Misión y Visión. *Revista Entrepreneur*, 22. doi:https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25317w/M1DPI106_S2_Cual_es_la_diferencia_entre.pdf
- Bloom, B. S. (1977). *Taxonomía de los objetivos de la educación*. El Ateneo. doi:https://www.academia.edu/download/55253088/taxonomia_objetivos_educacion.pdf
- Borja, L. E. (2022). Evaluación psicológica: Historia, fundamentos teórico-conceptuales y psicometría. *Editorial El Manual Moderno*. doi:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713726954>
- Burgoa, L. G. (2010). Como lograr definir objetivos y estrategias empresariales. *Perspectivas*, 191-201. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454010.pdf>
- Canu, M., & Escobar, I. (2017). Sobre el coeficiente Alpha de Cronbach y su interpretación en la evaluación educativa. *Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería*. doi:<https://acofipapers.org/index.php/eiei/article/view/608>
- Chiavenato Idalberto. (2019). Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones. En C. Idalberto, *Teoría General de la Administración*. Printed in Mexico. doi:https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3678/1/dokumen.pub_introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-decima-edicion-9781456269821-1456269828-9781456271824-1456271822%20%283%29.pdf
- Chiavenato, I., & Robbins. (2016). Elementos claves de la Gestión Organizacional. *McGraw-Hill*. doi:https://docs.google.com/document/d/1WMz_oED9lhh104vmPxZBip39r8H2f2guS5c6XFpqr/edit?pli=1&tab=t.0
- David F.R. (2020). Strategic management. *Recuperado. Repositorio Universidad Salesianos*, 7. doi:<https://www.gestion.org/evaluacion-seguimiento-plan-estrategico/>
- Drucker, P. M. (1985). Peter Drucker, innovador maestro de la administración de empresas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 69-89. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>

- Fred, & David. (2017). Elementos de la Planificación Estratégica. *Official website*, 34. Obtenido de <https://concepto.de/planeacion-estrategica/#:~:text>
- Giralda Ladino, D. F., Garay Villada, A. D., & Cardona Roman, D. M. (s.f.). Arquitectura empresarial: estrategia para un cambio organizacional. *Repositorio Universidad Nacional Abierta y Distancia -UNAD*. doi:<https://doi.org/10.21158/23823399.v8.n0.2020.2613>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4-11. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Que es la encuesta*. Obtenido de questionpro: <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Huerta-Estévez, A. & -E. (2012). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas en México. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 31-57. doi:https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-91692021000100105&script=sci_arttext
- Idalberto Chiavenato. (2017). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA fundamentos y aplicaciones*. remax-accion. doi:<https://www.remax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Leon Benavides, C. A. (2011). *DISEÑO DE UNA PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA LA EMPRESA REPRODATA CIA. LTDA DE LA CIUDAD DE QUITO (Tesis previa a la obtencion del titulo de: INGENIERIA COMERCIAL) Universidad Politecnica Salesiana Sede Quito*. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5013>
- Mero, L. A. (2020). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2020-2025 PARA LA ASOCIACIÓN AMUCOMT DEL CANTÓN TOSAGUA. [TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN AGROINDUSTRIAL Y AGROPECUARIA]*. ESPAMMFL. doi:<https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/1169>
- Pérez, D. I. (1997). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. *Escuela Superior de Comercio y Administración Instituto Politécnico Nacional*, 45-100. doi:<http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Romo, R., & T. E. (2012). Elaboración de un producto extruido tipo Snack, a base de maíz blanco (mote) para el consumo de la población infantil de la Parroquia Iñaquito en la Ciudad de Quito. *Trabajo de titulación*, P,22.
- Salto Delgado, M. C., & Marcellino Parrales, D. V. (2023). CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL DEPARTAMENTO DE RECURSO. *Repositorio Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*, 4. doi:<https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/download/2513/2525>

- SIMAA. (2018). *Produccion de gritz de maíz*. Obtenido de Grupo Simaa:
<https://www.gruposimaec.com/nosotros/>
- Thompson, & Strikland. (2021). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 5. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>