UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieros de Empresas

TEMA: "Planificación estratégica para controlar la gestión administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-Cemeag de la provincia de Tungurahua"

AUTORES:

Alex Roberto Moya Chico

Carlos Eduardo Ramírez Flores

TUTORA: Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Abril 2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **"Planificación estratégica para controlar la gestión administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-Cemeag de la provincia de Tungurahua"** presentado por los señores **Alex Roberto Moya Chico** y **Carlos Eduardo Ramírez Flores** para optar por el título de Ingenieros de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 26 de abril del 2024



Dra. Jenny Margoth Gamboa Salinas, Mg.
C.I. 1802289320

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Alex Roberto Moya Chico y Carlos Eduardo Ramírez Flores,** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Alex Roberto Moya Chico

C.I. 1805070925



Carlos Eduardo Ramírez Flores

C.I. 0706587078

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.
C.I. 1803845385

Ing. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha, Mg.
C.I. 1803022639

Ambato, 26 de abril del 2024

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.



Alex Roberto Moya Chico

C.I. 1805070925



Carlos Eduardo Ramírez Flores

C.I. 0706587078

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, a mi familia, especialmente a mis padres, por su esfuerzo y apoyo durante la mi formación profesional, que gracias a sus consejos y palabras de aliento me an permitido concluir este largo proceso.

Alex Roberto Moya Chico

DEDICATORIA

En primera instancia dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad retomar los estudios, luego a mis Abuelos Celso Flores y María Zhigüe, a mi madre Mery Flores y papá Pedro Ramírez, quienes son los pilares fundamentales en mi vida, con el apoyo, la paciencia y amor incondicional he logrado llegar hasta aquí.

A mi hijo Jeremías Ramírez, que en este momento no entienda mis palabras, pero cuando sea capaz, quiero que te des cuenta lo que sígnicas para mí. Eres la razón por la que cada día doy lo mejor de mí para construir un futuro mejor para ti.

Carlos Eduardo Ramírez Flores

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y la sabiduría necesaria para poder terminar mi etapa Universitaria.

A mis padres Henry y Mercedes por apoyarme en cada decisión tomada, por sus sabios consejos y nunca dejar de darme los ánimos necesarios para que pueda salir adelante en cada momento, a mi novia Heidi que con apoyo me ha motivado en cada momento.

También agradezco a cada uno de mis docentes que an aportado con el conocimiento necesaria en el transcurso de la carrera, juntamente con nuestra tutora que nos ha apoyado y guiado en la elaboración de este proyecto de investigacion, de igual forma al Ing., Mauro Guzmán Gerente del Centro de Mercadeo Agropecuario CEMEAG Por darnos habernos dado la apertura a tan prestigiada institución para el desarrollo del presente trabajo.

Alex Roberto Moya Chico

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar una meta más, a mis padres, familiares y amigos por el apoyo que me han entregado para continuar.

De igual forma un agradecimiento total a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas quienes contribuyeron impartiendo sus conocimientos al desarrollo proyecto de investigación, y además al Ing., Mauro Guzmán Gerente del Centro de Mercadeo Agropecuario CEMEAG quien abrió las puertas para el desarrollo de este trabajo.

Carlos Eduardo Ramírez Flores

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR……..ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD……iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO……..iv
DERECHOS DE AUTOR……..v
DEDICATORIA…… vi
AGRADECIMIENTO……viii
ÍNDICE GENERAL……..x
ÍNDICE DE TABLAS……xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS……xiii
ÍNDICE DE ANEXOS…… xiv
RESUMEN EJECUTIVO……xv
ABSTRACT……xvi
CAPÍTULO I……1
MARCO TEÓRICO……1
1.1Antecedentes investigativos 1
1.2 Descripción del problema 3
1.3 Objetivos 5
1.3.1 OBJETIVO GENERAL 5
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 5
1.4 Fundamentación Teórica 5
CAPÍTULO II……17
METODOLOGÍA……17
2.1 Materiales 17
2.2 Métodos 17
2.3 Recolección y procesamiento de la información 20
2.4 Población y muestra 21
2.5 Validez y fiabilidad del instrumento 22
2.5.1 Validez del instrumento 22
2.5.2 Fiabilidad del instrumento 24
2.6 Planteamiento de la Hipótesis 25
2.6.1 Hipótesis nula 25
2.6.2 Hipótesis alternativa 26
CAPÍTULO III……27

RESULTADOS Y DISCUSIÓN……..27
3.1 Análisis e Interpretación de Encuestas.....27
3.2 Prueba de normalidad 40
3.3 Prueba de Hipótesis.....41
3.3.1Coeficiente de Rho Spearman.....42
3.4 Diseño propuesto del plan estratégico.....43
CAPÍTULO IV……..72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES……72
4.1 CONCLUSIONES 72
4.2 RECOMENDACIONES 73
BIBLIOGRAFÍA……74
ANEXOS……79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Colaboradores Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua 21
Tabla 2 Promedio de Evaluación de Expertos según V de Aiken 23
Tabla 3 Resumen de procesamiento de casos 24
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad 25
Tabla 5 Conocimiento de un Plan estratégico establecido 27
Tabla 6 Comunicación 28
Tabla 7 Misión y Visión establecidas 29
Tabla 8 Objetivos 30
Tabla 9 Aplicación de políticas 31
Tabla 10 Uso de los recursos 32
Tabla 11 Análisis de oportunidades y amenazas existentes 33
Tabla 12 La toma de decisiones 34
Tabla 13 Planificación de las actividades 35
Tabla 14 Gestión Administrativa 36
Tabla 15 Servicio de atención al cliente 37
Tabla 16 Diseño de un Plan estratégico 38
Tabla 17 Pruebas de normalidad 40
Tabla 18 Regla de decisión 41
Tabla 19 Significado del valor rho calculado 42
Tabla 20 Correlación de Spearman 42
Tabla 21 Distributivo del personal 51
Tabla 22 Número total de cabezas de ganado año 2022 52
Tabla 23 Número total de cabezas de ganado vacuno vendidas. año 2021-2022 52
Tabla 24 Matriz FODA 54
Tabla 25 Estrategias de la Matriz FODA 55
Tabla 26 Estrategias 57
Tabla 27 Plan de Acción 60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Conocimiento de un Plan estratégico establecido 27
Gráfico 2 Comunicación 28
Gráfico 3 Misión y Visión establecida 29
Gráfico 4 Objetivos 30
Gráfico 5 Aplicación de políticas 31
Gráfico 6 Uso de los recursos 32
Gráfico 7. Análisis de oportunidades y amenazas existentes 33
Gráfico 8 La toma de decisiones 34
Gráfico 9 Planificación de las actividades 35
Gráfico 10. Gestión Administrativa 36
Gráfico 11 Servicio de atención al cliente 37
Gráfico 12 Diseño de un Plan estratégico 38
Gráfico 13 Organigrama Estructural Propuesto 47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta aplicado a los colaboradores Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua. 79
Anexo 2 Matriz de validación de contenido 82
Anexo 3 Validación de expertos evaluadores 86
Anexo 4 Carta de compromiso 88

RESUMEN EJECUTIVO

El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, es una compañía de Economía Mixta que está regulada por la Super Intendencia de Compañías de nuestro país, facilitando la concentración y comercialización de animales en pie, más conocida como la feria de los lunes de ganado en Tisaleo sector Huachi la libertad, por lo cual se ha venido realizando esta actividad por más de 40 años en el mercado.

El presente trabajo de investigación está destinado a identificar la situación actual de la empresa tanto como en su planificación estratégica y gestión administrativa, que a su vez esto nos permitirá evaluar y desarrollar estrategias para mejorar y mantener la empresa en el transcurso de los años o a través del tiempo.

La información recolectada por el desarrollo de la investigación de campo en el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG", fueron que no contaban con un plan estratégico establecido, que debería ser parte de la gestión administrativa, para mejorar cada día y poder afrontar las adversidades y problemas que se puedan desencadenar tanto como internas y externas del entorno donde se encuentra la empresa.

Por ende, la propuesta para solventar el problema de este proyecto de investigación fue desarrollar un plan estratégico para controlar la gestión administrativa en el "CEMEAG" que sea direccionada o encaminada por medio de las estrategias que al aplicarlas nos ayuden con el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa, con la finalidad de mantenerse y crecer con el tiempo.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, PLAN ESTRATÉGICO, GESTIÓN ADMINISTRATIVA, ADMINISTRACION, EMPRESA AGROPECUARIA, OBJETIVOS, ESTRATEGIAS.

ABSTRACT

The Agricultural Marketing Center-CEMEAG of the Province of Tungurahua, is a Mixed Economy company that is regulated by the Super Intendency of Companies of our country, facilitating the concentration and commercialization of live animals, better known as the fair of the days. cattle Monday in **Tisaleo** Huachi la Libertad sector, which is why this activity has been carried out for more than 40 years in the market.

This research work is intended to identify the current situation of the company as well as its strategic planning and administrative management, which in turn will allow us to evaluate and develop strategies to improve and maintain the company over the years or through of time.

The information collected by the development of the field research in the Agricultural Marketing Center "CEMEAG" was that they did not have an established strategic plan, which should be part of the administrative management, to improve every day and be able to face adversities and problems that can be triggered, both internal and external to the environment where the company is located.

Therefore, the proposal to solve the problem of this research project was to develop a strategic plan to control administrative management in the "CEMEAG" that is directed or directed through strategies that, when applied, help us with the fulfillment of objectives and company goals, to maintain and grow over time.

KEYWORDS: RESEARCH., STRATEGIC PLAN, ADMINISTRATIVE MANAGEMENT, ADMINISTRATION, AGRICULTURAL COMPANY, OBJECTIVES, STRATEGIES.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1Antecedentes investigativos

Luego de la revisión de diversas investigaciones efectuadas en documentos académicos relacionados con el problema objeto de estudio con el fin de facilitar el desarrollo de este proyecto, en el contexto internacional, en la Universidad de América de Bogotá, el autor Solano (2020) realizó una tesis sobre el tema "la planeación estratégica como herramienta para incrementar la productividad y sostenibilidad de las empresas del sector de servicio de aseos y mantenimiento de instalaciones en Bogotá", plantea en su objetivo general analizar los aspectos de la planeación estratégica como herramienta para incrementar la sostenibilidad de las empresas del sector de prestación de servicios. En donde para realizar el cumplimiento del mismo se procede con la selección y calificación acorde al modelo de indicadores de desempeño de las 10 mejores universidades del país de Bogotá para el caso de estudio, esto se determina con un análisis entre el desempeño financiero y la planeación estratégica como una herramienta de gestión y como resultado de ello se definen unas variables de análisis del desempeño conjuntamente con factores de éxito para la implementación de la estrategia.

En conclusión, se establece acorde al objetivo general una herramienta metodológica como: el direccionamiento estratégico, diagnostico estratégico, ejecución, evaluación y monitoreo de la estrategia que a su vez está estructurada en una hoja de ruta en don de se incluyen formatos y elementos centrales para su aplicación.

En el ámbito nacional, en la investigación desarrollada por Vaca (2020) con el tema "La Planeación Estratégica en la Gestión Administrativa de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, periodo 2018", como objetivo general plantea determinar de qué manera la planeación estratégica incide en la gestión administrativa de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, periodo 2018. Esta investigación se basó en elementos teóricos, la metodología empleada es de tipo no experimental, transaccional y descriptiva en donde las técnicas para recolectar la información fueron

la entrevista y la encuesta, esta fua aplicada a un total de 322 socios, la que reflejo que existe una predominación de debilidades y amenazas, siendo la más primordial la ausencia de un manual de funciones así como también que no cuenta con un plan de acción que respalde los objetivos planteados, proponiendo así la implementación de un plan estratégico.

En el contexto local la investigación realizada acorde al tema a tratar se encontró en la Universidad Técnica de Ambato, la autora Conterón (2012) en donde realizó una maestría en gerencia publica con el tema "La planificación estratégica y su influencia en la Gestión Administrativa de la Dirección de Recursos Humanos de la Universidad Técnica de Ambato", con un objetivo general que permita determinar cómo incide la planificación estratégica en la gestión administrativa de la Dirección de Recursos Humanos de la Universidad Técnica de Ambato ya que esto le permitió plantear el problema de investigación que se encuentra en la institución por lo cual no tienen una adecuada planificación estratégica para canalizar mejor sus recursos y de esta forma obtener un mejor desempeño de los funcionarios o colaboradores y que además mejorará la imagen departamental.

De esta manera para poder recopilar toda la información necesaria para el desarrollo del mismo se implementó unas encuestas al personal que permitió encontrar el problema presente, en donde se contó con el apoyo de otras autoridades de la institución para la aplicación de entrevistas sobre el tema a investigar.

Finalmente se elabora un modelo de planificación estratégica para el departamento de dirección de recursos humanos, en donde constataría: misión, visión, objetivos, valores, diagnostico estratégico, análisis del entorno, análisis FODA que contribuyo al desarrollo de matrices de acciones estratégicas, matriz de impacto, matriz de evaluación de factores tanto externos como internos, matriz de identificación de objetivos estratégicos y por último el plan operativo a seguir.

Por otro lado, en la investigación realizada por los autores Claudio y Chuqui (2023) con el tema "Modelo de planificación estratégica para mejorar la rentabilidad de la empresa distribuidora Suárez del cantón la Joya de los Sachas" tiene como propósito diseñar un modelo de planificación estratégica para mejorar la rentabilidad de la empresa Distribuidora Suárez del cantón la Joya de los Sachas, esta investigación se

llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, conjuntamente con los métodos bibliográfico, descriptivo y correlacional, la técnica para recolectar información que se empleo fue la encuesta y fue aplicada a los 11 trabajadores de la empresa así como el uso de indicadores financieros para analizar la rentabilidad. La investigación reflejo que la empresa no tiene establecido un plan estratégico, además que la toma de decisiones se basa en un previo diagnostico en donde se analizan los diversos factores que provocan los problemas, también muestran que no se utilizan indicadores financieros para la evaluación de la rentabilidad, llegando a la conclusión de que para poder mejorar la rentabilidad en la empresa se debe elaborar un modelo de plan estratégico con la finalidad de ayudar a la mejora de la rentabilidad y contribuir al crecimiento de la misma.

1.2 Descripción del problema

En la actualidad al hablar de planificación estrategia estamos haciendo referencia a la importancia que esta implica dentro de una correcta administración, ya sea en empresas públicas como privadas, la fijación de metas y objetivos ha sido la clave para el desarrollo mundial de las organizaciones, reflejándose en una óptima gestión administrativa, la misma que es capaz de gestionar de manera óptima los deferentes recursos disponibles (humano, tecnológico, financieros, materiales). A nivel mundial las empresas que logran sobresalir y a su vez mantenerse dentro del mercado mundial que es competitivo y se mantiene en constante cambio son aquellas que poseen una adecuada gestión administrativa conjuntamente de la mano con una planeación estratégica establecida, en donde la fijación de objetivos alcanzables mediante estudios técnicos garantiza a la hora de tomar decisiones a que estas sean las más optimas y encaminen a la organización el cumplimiento de sus metas.

En el Ecuador y otros países de Latinoamérica, la falta de conocimientos y recursos, así como metas sobredimensionadas que abarcan más allá de la capacidad con la que cuentan las organizaciones conjuntamente con una mala gestión administrativa han ocasionado que la mayoría de planes estratégicos no tengan éxito o no sean aplicados, en pocas palabras las pocas organizaciones que aplican o desarrollan un plan estratégico se mantienen solo en la elaboración y no la llevan a la implementación.

El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, inicio sus actividades hace 52 años en la ciudad de Ambato, gracias al direccionamiento del Centro Agrícola Ambato en conjunto con el Municipio de la ciudad se constituyó la empresa de Economía Mixta Centro de Mercadeo Agropecuario con el fin de beneficiar a los productores campesinos en las actividades del comercio agropecuario de la provincia. Comenzó en un predio de 1.5has ubicado en el barrio Cashapamba, pero debido al crecimiento poblacional y las zonas urbanas, obligo al Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG a reubicarse por lo que optan por la adquisición de un nuevo predio en la zona periférica de la ciudad, por lo que el 19 de octubre de 2012, se apertura por primera vez el nuevo centro de comercialización de ganado de la ciudad de Ambato en el sector llamado Huachi la Libertad, vía a Tisaleo.

Debido a esto, en la actualizad el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua se ha convertido en un lugar con gran demanda para el comercio agropecuario, siendo este concurrido por varios usuarios de la provincia y de las provincias aledañas, por tal motivo se han generado diferentes inconvenientes en las diferentes áreas de la empresa.

Las funciones que se desempeñan en las diferentes áreas de la empresa, en su mayoría son realizadas de manera inadecuada, es decir no se han establecido de manera formal los procesos y procedimientos, basándose en la experiencia y conocimientos adquiridos con el tiempo que llevan colaborando con la misma por lo que ha ocasionado inconvenientes en el control en los procesos internos, lo que dificulta el control y gestión administrativa, por otra parte la empresa no posee una cultura organizacional técnicamente estructurada, ya que no cuentan con una misión, visión, valores y políticas estructuradas de una forma técnica y adecuada.

Por tal razón, el desarrollo del presente trabajo tiene el propósito de demostrar la importancia que tiene el diseño de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa, aportando así a la creación de objetivos y estrategias idóneas que encaminen al cumplimiento de sus metas y así contribuir en una adecuada y oportuna toma de decisiones que beneficien al desarrollo y crecimiento del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua.

1.3 Objetivos

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar la planificación estratégica en el Centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua para mejorar la gestión administrativa.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fundamentar teóricamente sobre la planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa.
- Diagnosticar cómo se encuentra la planeación estratégica y la gestión administrativa en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.
- Establecer un modelo de Planificación estratégico para en el Centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.

1.4 Fundamentación Teórica

Administración

Según Cabrera (2019), la administración se encarga de gestionar los recursos tanto materiales como humanos, los procesos y los resultados, basándose en criterios científicos que dirigen a cubrir un objetivo en específico.

De acuerdo con Barrachina (2022), tiene una idea sobre la administración como un sistema de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las tareas asignadas acorde al trabajo con la finalidad e intención de lograr las metas y objetivos de una compañía o empresa.

Desde la posición de Soucie (2021), se puede definir a la administración como una ciencia y una disposición que demanda de un discernimiento de todos los procesos y facultades personales dentro del liderazgo, en si se debe recibir una formación en las dos áreas fundamentales como las teóricas y prácticas de acuerdo al área que se desenvuelva.

Proceso administrativo

Álvarez (2019) define al proceso administrativo como un conjunto de procedimientos que contiene una serie de tareas y responsabilidades que están vinculadas entre sí con la finalidad de llevar a cabo una actividad general, en donde se lo realiza en la administración.

Fases del proceso administrativo

Planificación

Macías (2021) plantea una idea sobre la planificación que trata de que no se podrán llevar a cabo su respectiva ejecución sino se realiza una adecuada organización por lo cual, si se desarrollaran nuevos planes ya sea para un producto o servicio, esto debe contener una organización y un soporte que asegure la aplicación de los mismos.

Porras (2020) refiere en sí, es desarrollar un plan o un programa que contenga algunas actividades o tareas a futuro, con el objetivo de visualizar o proveer el propósito que se requiera ejecutar dentro de una organización u empresa.

Organización

Según Santander y Herrera (2022) se puede definir de varias maneras ya que es un tema muy amplio para las distintas áreas de una empresa u organización. En si es un sistema de relaciones entre las funciones, niveles y actividades por medio de una asignación de jerarquías con la finalidad de facilitar las funciones.

Por otra parte, Boero (2020) la define como un conjunto de relaciones por medio de un grupo de personas con metas y objetivos en comunes con una orientación a resultados que es basado mediante un proceso de toma de decisiones conocido como planeación.

Dirección

Se puede definir algunos conceptos según Molina et al. (2020), manifiesta que es un conjunto de conocimientos que influyen para la toma de decisiones, por lo cual se debería conocer los comportamientos de aquellas personas, de forma individual o grupal de una manera adecuada con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa o institución.

Definido por Moreno y Pinzón (2020) entiende que la dirección es encaminar a un grupo de personas o individuos para conseguir los objetivos planteados de una compañía, conociendo las ventajas y desventajas que se presentan.

Control

Teniendo en cuenta a Fallet (2020) define el control como al desarrollo o actividad que se realiza de acuerdo al plan que ha sido ejecutado o aplicado, esto que puede incluir reglas y razones predeterminadas, con la finalidad de identificar esos errores, que a su vez puedan ser corregirlos y mejorados para evitar a que se vuelvan a cometer.

Por otro lado, desde el punto de vista de Schmidt et al. (2018), se destaca la importancia del Control en la empresa, un órgano que opera de manera autónoma dentro de la organización. Por lo cual su principal función es asegurarse de que todos los procesos internos se estén desarrollando de acuerdo a lo que se ha establecido previamente. Asimismo, tiene la responsabilidad de identificar y señalar cualquier fallo o desviación en la ejecución y planificación, con el fin de corregirlos y mejorar los procesos internos de la empresa.

Planificación Estratégica

Según Borras (2021) la planificación implica la asignación de recursos en cada proyecto de manera comprobada, para Münch (2017) la planificación se define como proveer los escenarios a futuro con el fin de establecer los resultados que se desean obtener, por medio de un análisis del entorno y poder minimizar riesgos, con el fin de optimizar y definir los recursos y estrategias requeridas para obtener la mayor competitividad.

Dentro de los elementos que promueven la competitividad, rentabilidad y diferenciación dentro del sector empresarial se encuentra la calidad de los productos y servicios, concentrándose en una cuidadosa gestión de procesos para aprovechar los recursos disponibles (Diaz y Salazar, 2021).

Para Buendia et. al (2022), es un proceso clave para la gestión es la planificación estratégica, el mismo que aumenta los estándares de calidad de las empresas tanto públicas como privadas, además es parte primordial para el éxito organizacional

logrando sus objeticos y adaptándose a la competitiva y cambiante economía global y el acelerado avance tecnológico.

Para poder enfrentar los desafíos de los agentes de cambio y el ritmo con que las tecnologías entran en el mercado, las organizaciones deben efectuar sus decisiones de manera eficaz y eficiente y estar constantemente renovándose con el fin de poder manejar eficientemente sus procesos organizacionales (Salas et al., 2021).

Según Borras (2021), Se establece un plan estratégico en cualquier empresa pública o privada con la intención de poder determinar y mostrar el propósito de la organización por medio de objetivos a corto y largo plazo, determinando programas y priorizando la asignación de recursos reconociendo los segmentos de negocio donde se está operando actualmente e identificando nuevos segmentos que se deben operar en el futuro. Además, manifiesta promover una ventaja competitiva sostenible a largo plazo en cada negocio y de esta manera poder responder a las amenazas y oportunidades que se exponen en el entorno, así como las fortalezas y debilidades internas de la organización.

Características de la planificación estratégica

Según Ramírez y Tejada (2020) en la planificación estratégica se define a la empresa como un todo, mostrando la forma en cómo se formulan y se ejecutan las estrategias, siendo estas sus características:

- Es sistemática y engloba a toda la organización con el entorno.
- Generalmente suele ser a largo plazo
- Según la necesidad de la organización el tiempo de aplicación y vigencia dependerá de los objetivos planteados, los recursos y el tipo de estrategias establecidos.

Ventajas de la planificación estratégica

La planificación estratégica cuenta con algunas ventajas, Ramírez y Tejada (2020) mencionan las siguientes:

- **Competitiva:** incita al cliente a la adquisición del producto o servicio que ofrece la empresa, debido a que la organización cuenta con algo que otras no tienen, como por ejemplo el prestigio.
- **Comparativa:** Ocurre cuando dos o más organizaciones poseen ventajas similares, pero con un desarrollo diferente.
- **Diferencial:** cuando una organización consigue diferenciarse de otra con esquemas no tradiciones, ofreciendo en sus productos o servicios una clara diferencia que sobresalga, promoviendo así la oferta de valor agregado.

Diagnóstico estratégico

Está basado tanto en la oferta y demanda de servicios la adaptación de la misión, objetivos y su estructura organizacional, así como sus políticas y la toma de decisiones para que la organización tenga una proyección a futuro (Buendia et al., 2022).

Proceso de la planificación estratégica.

La planificación estrategia promueve a las empresas a tener una ventaja competitiva en el mercado por medio de estrategias que promueven a la optimización de recursos, por tal razón, Fernández (2018), menciona las siguientes tareas:

- **Análisis externo.** Comprenden los elementos externos que afectan a la empresa, dando lugar a reconocer las amenazas y oportunidades actuales y potenciales, se toma en cuenta el análisis de clientes, la competencia, el sector y el entorno.
- **Análisis interno**. Comprende detalladamente aspectos de la empresa, como puntos débiles y fuertes, así como los problemas y restricciones, se analiza el rendimiento de las estrategias existentes de manera interna, costos, productos y recursos.
- **Determinación del posicionamiento competitivo.** Parte del cruce entre el análisis interno y externo, determinando la ventaja competitiva que tiene la empresa en el mercado.
- **Formulación de la misión y la visión estratégicas**. A partir de los anteriores análisis, proporcionan información para establecer la misión y visión estratégica de la empresa.

- **Selección entre alternativas estratégicas**. Posterior a la formulación de misión, se plantean estrategias que destaquen ante las oportunidades y amenazas del entorno, respondiendo a los objeticos de la organización y su viabilidad.
- **Implantación.** En este punto las estrategias se convierten en un plan operativo, el mismo que cuenta con objetivos específicos a corto plazo.
- **Revisión estratégica.** Este proceso termina si es necesario revisar y cambiar las estrategias, para ello se implementa un número limitado de indicadores para poder medir la acción de las estrategias como el entorno.

Matriz FODA

Para elaborar el plan estratégico es importante la elaboración de la matriz FODA, para poder conocer los problemas internos y externos de la organización identificando las fortalezas y debilidades, así como también las amenazas y oportunidades que posee, de esta manera plantear las estrategias adecuadas y los medios que se utilizaran (Buendia et al., 2022).

Para Sánchez (2020) la matriz FODA sirve para evaluar la situación actual de la organización enfocándose en sus debilidades y fortalezas, en sus oportunidades y amenazas que se reflejan en su entorno, permitiendo de una forma más fácil la toma de decisiones.

Fortalezas

Es una característica que ofrece a la organización mejor competitividad, en este punto se comprenden diferentes recursos, habilidades, activos, capacidades y experiencia los cuales sirven de impulso para un adecuado desempeño en la organización (Buendia et al., 2022).

Según Münch (2017) hace referencia a todos los factores internos que se vinculan directamente a la organización, los cuales impulsan al logro de los planes.

Debilidades

Según Buendia et al. (2022), se relacionan con las habilidades, aspectos físicos, recursos entre otros, que se relacionan con un escaso rendimiento en la organización.

También hace referencia a todos los factores internos que son considerados como obstáculos, y frenan los planes de la organización (Münch, 2017).

Amenazas

Para la organización las amenazas están reflejadas en cambios externos que afectan directamente, siendo estos de posible riesgo para la misma, entre esos cambios se puede considerar nuevas tecnologías, regulaciones, cambios demográficos entre otros (Buendia et al., 2022).

Para Münch (2017) las amenazas representan los factores externos de la organización, que generan un retraso o impidan los planes propuestos.

Oportunidades

Hace referencia a los factores externos que promueven el logro de los objetivos de la organización (Münch, 2017).

Para Buendia et al. (2022), son escenarios que representan un crecimiento potencial para la empresa, en ocasiones estas oportunidades se reflejan de manera abundante o escasas.

Misión

Según Ortiz (2018) menciona que es la elaboración de la determinación de una empresa u organización, que se diferencia de otros negocios en cuanto al desempeño de las operaciones, los productos, los mercados y el talento humano que sostiene el logro de esos objetivos.

Macías (2021) agrega que la misión es la razón de ser de una empresa, destinada por sus esfuerzos y recursos que la define como tal, aquí es donde se toma las decisiones con un alcance de propósito establecido para la existencia de la misma.

Visión

Ortiz (2018) analiza que son los objetivos que desea alcanzar en un futuro mediano o largo plazo, sea una persona, empresa o una nación que además es como un camino a trazar que servirá de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y competitividad. (Macías, 2021) Destaca que la visión es como un camino que debe continuar la organización, sobre la base de unas posibles ideas generales que recrean lo que una empresa o compañía desea alcanzar a futuro

Objetivos

Macías (2021) argumenta que los objetivos son el fruto esperado de la acción empresarial en un determinado periodo de tiempo. Deberá alcanzarse mediante la búsqueda de las metas y las estrategias que puedan desarrollarse dentro de una planeación a largo plazo.

Como expresa Porras (2020) los objetivos constituyen la forma anticipada de un resultado esperado, es la manera de volver operativa la misión y cumplir con la respectiva visión. Al ser de forma globales, los objetivos se involucran en toda la organización.

Estrategias

Según Macías (2021) las estrategias están vinculadas con el objetivo y el alcance global de una empresa para satisfacer las expectativas de (accionistas, clientes, colaboradores, familias, comunidad, Estado, proveedores, entre otros). Y además agregar valor a las distintas partes de la organización u empresa. Por otra parte, se puede encontrar cuatro diferentes niveles como: corporativa, unidad de negocios, funcional y operativa.

De acuerdo con Porras (2020) las estrategias se definen como un conjunto de acciones acordadas y compartidas, que están completamente definidas para controlar el cambio esperado y provocar el resultado que uno quiere.

Políticas

Para Jones y George (2019) destacan la política en una empresa como una disciplina que dirige hacia un modelo de comportamiento que tiene la empresa en el desarrollo de su libertad y la forma en que puede tomar las decisiones que direccionen hacia los objetivos planteados, en si busca la forma para mejorar las decisiones de una compañía o empresa.

Como afirma Porras (2020) las políticas expresan el compromiso de una empresa o compañía con relación a aspectos relacionados al negocio. Es un acuerdo personal de los colaboradores en su aplicación y cumplimiento.

Valores

De acuerdo con Ortiz (2018) los valores son aquellos juicios o medidas de valor que no le permiten a una persona u organización salir del buen camino, ellos están determinados por la moral, la ética y los principios corporativos.

Desde el punto de vista de Macías (2021) los valores son creencias fundamentales que dan sentido tanto noble y ético a la acción empresarial. Constituyen un blindaje ético de las decisiones y comportamientos de la organización, por lo cual garantiza un sano desarrollo de las distintas áreas como: la misión, visión y objetivos.

Gestión Administrativa

Peña et al. (2022), definen a la gestión administrativa como un sistema que contiene varias acciones consecutivas direccionadas al cumplimiento de los objetivos por medio del proceso administrativo que son: planear, organizar, dirigir y controlar.

Según Izquiero et al. (2023), caracterizan a la gestión administrativa como un espacio dentro de la empresa que permite utilizar de manera eficiente todos los recursos con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados dentro de un lapso de tiempo, de tal manera se debe incurrir a las mejoras y cambios.

La gestión administrativa, es tomada en cuenta como una de las ocupaciones más importantes y sobresalientes dentro de una empresa que nos conlleva la amplitud para estructurar el esfuerzo de un conjunto social, esto permite el alcance de las metas y

objetivos planteados, para el cumplimiento de las mismas se debe tener el apoyo o colaboración del personal y las herramientas adecuadas para la aplicación de las tareas con el objetivo clave como planificar, organizar, dirigir y controlar. Por otra parte, todo esto es un sistema de procesos que se retroalimentan de forma directa (Piedra et al., 2019).

Para Perdiguero (2022) nos menciona que la gestión administrativa es un sistema de conjuntos de pasos entrelazados e independientes que nos determinan una conclusión. En si es, es el total de las tareas o actividades que se entrelazan para poder obtener el cumplimiento de los resultados, tomando en cuenta que existen varios procesos y procedimientos de los mismos.

Según Peirats y Ninot (2020) definen su importancia sobre la gestión administrativa como lo principal para las empresas, porque aquí es donde está compuesta por varias tardes a ejecutarse dentro del grupo, es un sistema direccionado al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Todos los procesos de gestión se deben aplicar de manera apropiada para el mejor desempeño eficaz de las funcione administrativas en donde debe estar incluidas la: planeación, organización, dirección y control, todo esto debe estar conectado o direccionado hacia al cumplimiento de los objetivos.

Según Gallego (2021) define a la gestión administrativa como una ayuda para crear, construir, destinar el uso de los recursos con la finalidad de poder lograr los objetivos propuestos en una organización, de este modo se llevarán a cabo los trabajos de manera más eficiente y eficaz conjuntamente con otras personas y mediante ellas.

Según Peña et al. (2022), la gestión administrativa la contextualizan en general, como un procedimiento que permite corregir las actividades realizadas en una organización, de tal manera que tengan una relación con el análisis y el estudio de los procesos, la administración de los recursos tanto humanos, materiales como financieros, el análisis del comportamiento de otras empresas similares en el sector, la planeación e implementación de estrategias orientadas al cumplimiento de objetivos. Además, la gestión administrativa es una disciplina investigada por varios especialistas en donde desarrollaron estudios con la finalidad de generar aporte para la sociedad.

Para Arimany et al. (2022), describen la importancia sobre la gestión administrativa enfocado al desarrollo empresarial, como un aporte al conocimiento total de la administración de negocios, que se determinan a ser eficientes y económicos en la dirección de la empresa sin importar el tamaño de esta, el objetivo a esto es alcanzar el mejoramiento continuo de la gestión administrativa de la organización o empresa por medio de un estudio o análisis de la situación actual que se desempeña la organización. Para el cumplimiento del mismo es necesario crear o diseñar un plan de negocios, que debe constar un cronograma anual de actividades de los distintos departamentos de la empresa orientado al cumplimiento de los objetivos.

Gestión empresarial

Según Alipio et al. (2023), determinan un concepto sobre la gestión como diversos requerimientos a realizar con la finalidad de alcanzar las metas y objetivos planteados. La gestión empresarial se debe dirigir de forma eficiente los recursos para el cumplimiento en si de las metas y objetivos que se propongan las empresas con la finalidad que puede obtener información para una toma de decisiones apropiada, esto nos permitirá una retroalimentación permanente que nos ayude a renovar o mejorar todos los procesos aplicados. Además, se conoce que para el cumplimento de las políticas se debe utilizar estrategias, diversas técnicas, varios procesos, procedimientos y un sin número de prácticas que conllevan o nos dirigen a los logros deseados.

Liderazgo

Sierra y Pinzón (2017) mencionan que el líder es aquella persona que determina, marca o direcciona el rumbo con una visión a futuro, por lo cual influye en sus seguidores de una manera en que se pretendan llegar a cambios y resultados reales que se involucren con ambos propósitos.

Avila (2022) considera que el liderazgo es la manera de llegar a las personas y convencerlas con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. Aquellas actividades como la dirección, planificación, organización y toma de decisiones no serían efectivas si el líder no los motivara en cada uno de sus respectivas áreas.

Comunicación

Luque (2021) sostiene que el propósito de la comunicación tiene por objeto la modificación de comportamientos, las actitudes, representaciones o conocimientos de los interlocutores o mover a una o más personas en sus actuaciones. Comunicar es compartir información de una persona a otra. También es percepción, crear expectativas y plantear exigencias. Además, que contienen un emisor, un mensaje y un receptor.

Según Jones y George (2019) la comunicación consiste en compartir cierta información entre dos o más individuos o grupos para poder llegar a una comprensión en común.

Clima laboral

Aponte (2020) relaciona que el clima laboral tiene como la apreciación que los trabajadores tienen de las condiciones laborales relativamente estables que cada empresa crea a través del tiempo, y las cuales afectan el comportamiento de sus integrantes. Algunas de estas características organizacionales son el estilo de dirección, los sistemas de reconocimiento, las técnicas de selección, las oportunidades de participación y promoción.

Luque (2021) enfatiza que el clima laboral está directamente relacionado con la motivación de los trabajadores. Es decir, el comportamiento o estimulo que tiene una persona para adaptarse en una sociedad, pudiendo desarrollar su autoestima y sentir que satisface sus necesidades personales, por lo tanto, sería la adaptación de los trabajadores y la motivación de la empresa en donde indican un buen clima laboral.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se empleó diversos recursos tales como:

Recursos Humanos: investigadores, docente tutor

Recursos Institucionales: Universidad Técnica de Ambato, bibliotecas físicas y virtuales proporcionadas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

Recursos materiales: hojas, esferos, impresiones, copias, flash Memory

Recurso tecnológico: laptops

Todos estos recursos fueron de gran relevancia ya que facilitaron en el desarrollo y recolección de toda la información requerida durante la elaboración de la "Planificación estratégica para controlar la gestión administrativa del centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua".

2.2 Métodos

- **Enfoque de la investigación**

Paradigma del positivismo

Este paradigma propone tratar los problemas con la intención de alcanzar verdades absolutas, manteniendo una distancia prudente entre investigador y el objeto de estudio, de esta manera se puede estar al tanto de la realidad a través de fenómenos observables que son susceptibles a poder medirlos, lo que quiere decir que son de un ámbito cuantitativo con el fin de ser comprobados, comparados y a su vez replicables (Miranda y Ortiz, 2020).

Para poder llevar a cabo la presente investigación se ha tomado en cuenta el paradigma del positivismo, partiendo a que se recopilara información en el Centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua para poder conocer la realidad

de esta empresa, con el fin de poder cuantificar dicha información y orientar la investigación al cumplimiento de los objetivos planteados.

Enfoque cuantitativo

Según Maldonado (2018) este enfoque se fundamenta en la medición numérica, utilizando variables de recolección de datos y el análisis e interpretación de los mismos con el fin de establecer los factores que influyen en el comportamiento de una población o muestra.

Se empleará en esta investigación un enfoque cuantitativo, utilizando herramientas para poder recolectar información y obtener datos estadísticos que nos permitan encaminar al pertinente análisis e interpretación de los mismos.

- **Tipos de investigación**

Descriptiva

Según Maldonado (2018), la investigación descriptiva radica en la recolección de datos para posteriormente convertirse en información, en términos cuantitativos consiste en la recolección de elementos para ser medidos, verificados, comprobados y caracterizados. Además, menciona que en el estudio descriptivo no existe la necesidad de una hipótesis, ya que se basa en describir, especificar propiedades, características, elementos importantes que se analicen.

Es importante en la investigación partir con la recolección de información para tener un panorama claro del entorno y así poder contar con los datos necesarios para medir de manera óptima la situación del Centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua, de esta manera garantizar el encaminamiento a los objetivos.

Correlacional

La correlación trata de encontrar una relación entre dos o más conceptos u objetos de estudio para determinar si estos están asociados y en que magnitud lo están, no siempre se basan en a identificar variables dependiente e independiente, la información de esta posible relación se obtiene de la teoría acumulada, por tal razón se buscara encontrar

dos variables que se relacionen entre si desde un panorama estadístico-matemático, pero no auténticamente (Diaz y Calzadilla, 2016).

- **Modalidad de la investigación**

Bibliográfica

Este tipo de investigación es considerada una parte importante dentro de la investigación científica, convirtiéndose en una estrategia que consiste en la observación y reflexión de realidades tanto teóricas como no teóricas, basándose en diversas fuentes, así mismo la investigación bibliográfica es una forma de interpretar y mostrar información y datos sobre un determinado tema de cualquier ciencia, de manera metódica con el fin de obtener resultados que sirven de punto de partida para la elaboración de cualquier investigación (Monroy y Nava, 2018).

Se utilizará la modalidad de investigación bibliográfica, con el fin de revisar y recolectar información de libros de diferentes autores, revistas científicas, tesis de grado, estos son de internet, la información obtenida es referente al tema de investigación, accediendo a tener mayor conocimiento y comprensión sobre el entorno del objeto en estudio.

De campo

La investigación de campo consiste en la recolección de nuevos datos directamente de la fuente con un fin en específico, estos datos están dirigidos a entender e interactuar con las personas dentro de su entorno (Monroy y Nava, 2018).

Según Báez (2018) la investigación de campo permite comparar la teoría con la práctica, mediante la observación directa del objeto de estudio, con el fin de buscar una verdad objetiva, su principal característica es la recolección de datos directa del medio a investigar.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó la modalidad de campo, con la intención de involucrarse con el ambiente de la empresa del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, obteniendo datos o información relacionado al modelo de un modelo de un plan estratégico para la

institución, tomado contacto directo al representante y colaboradores de la institución, para la recaudación de información fue mediante la aplicación de encuesta y entrevista, con la finalidad de interpretar resultados y finalizar la investigación de la misma.

2.3 Recolección y procesamiento de la información

Encuesta

Según Corbetta (2023) la encuesta se utiliza como método para la recolección de la información de una población en específico teniendo relación con el enfoque cualitativo, para la recolección de estos datos se utilizan diversos instrumentos y técnicas como la entrevista y el cuestionario, están se caracterizan por ser breves y bien estructurada, y así ser aplicadas a todos los entrevistados de forma equitativa y las respuestas sean limitadas y categorizadas.

Entrevista

Según Sánchez Fontalvo et al. (2020), se trata de una conversación con un objetico determinado, diferenciándose de una conversación informal, de igual manera son una técnica de recopilación de datos dentro la una investigación cualitativa, permitiendo adentrarse más en un tema.

La entrevista está diseñada con el fin de recabar información de persona a persona, esta se la realiza entre dos o más personas en donde una de ellas se convierte en el entrevistados y la otra en el entrevistado (Báez, 2018).

Cuestionario

Según Sánchez Fontalvo et al. (2020), el cuestionario permite obtener información de las personas involucradas en la investigación, por medio de preguntas, siendo este un instrumento generalmente empleado en las encuestas.

El propósito del cuestionario es la obtención de datos dentro de la investigación por medio de preguntas, se elabora a partir de un procedimiento riguroso, es recomendable contar con un sistema para su tabulación antes de aplicar el cuestionario lo cual facilite el ingreso de datos al computador (Báez, 2018).

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se empleó el uso la encuesta por medio de un cuestionario con preguntas cerradas, así como una entrevista directa con el Gerente del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, con el fin de recolectar y empaparse de la información requerida.

2.4 Población y muestra

Población

Según Bologna (2018), la población o universo dentro de una investigación consiste en designar a un conjunto de unidades de análisis para un estudio en particular, puede estar definido en el tiempo y el espacio, a los cuales se reflejarán los resultados obtenidos en la investigación. Además, manifiesta que el tamaño de una población influye en la muestra según su tamaño siendo tratada como finita los elementos son limitados teniendo acceso a todos o casi todos los elementos o infinita si el número de elementos que lo conforman es elevado.

Muestra

Representa a una parte de los individuos de la población seleccionados por medio de alguna técnica de muestreo, esta parte tiene que res representativa a la población de estudio y contar con el tamaño suficiente con el fin de garantizar dicha representación (García y Castro, 2017).

Por la tanto, la población en la presente investigación, al considerar una población finita, se tomará en cuenta a todos los colaboradores del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua", el mismo que consta de 30 colaboradores, que se detallan a continuación:

Tabla 1 *Colaboradores Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*

Personal	Número de personas
Gerente	1
Secretaria	1
Contadora	1
Área de facturación	8

Plataforma de desembarque y parqueadero	2
Puerta de ingreso	5
Puerta de salida	2
Veterinario	1
Plataforma	1
Zona de parqueadero	2
Garita	1
Arco de desinfección	1
Tentadero	2
Limpieza	2
TOTAL	30

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*

Elaborado por: *Moya & Ramírez*

2.5 Validez y fiabilidad del instrumento

2.5.1 Validez del instrumento

Según Juárez y Tobón (2018) determina que un proceso de validez del instrumento a investigar está incluido o complementado con ciertos elementos por la validez y representatividad del constructo como lo es la relevancia, claridad y pertinencia de evaluación que estos realizan al instrumento. La validez de los instrumentos se ha efectuado con la aplicación de la validación por expertos.

La validación de expertos o Juicio de expertos

Según Rodríguez et al. (2021)**,** es un proceso para determinar en si la validez de un contenido sobre un tema de investigación que va ser evaluado por un conjunto o grupo de personas expertos en determinado tema de estudio por medio de un instrumento, un material de enseñanza o la opinión al respecto del mismo. Un instrumento de recolección de datos es válido cuando realmente mide lo que la variable pretende medir tomando en consideración la valoración de expertos en el tema o caso de estudio.

La validación por expertos en esta investigacion se ha realizado mediante la V de Aiken con la contribución de tres docentes expertos en las variables de este estudio.

V de Aiken

Tabla 2 *Promedio de Evaluación de Expertos según V de Aiken*

Promedio de Evaluación de Expertos según V de Aiken					
CRITERIOS Excelente=4 Bueno=3 Regular=2 Deficiente= 1					
Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	sumatoria	V de Aiken
Pregunta 1	4	4	4	12	1
Pregunta 2	4	4	4	12	1
Pregunta 3	4	4	3.67	11.67	0.96
Pregunta 4	4	3.33	4	11.33	0.93
Pregunta 5	4	3.33	4	11.33	0.93
Pregunta 6	4	3.67	4	11.67	0.96
Pregunta 7	4	4	4	12	1
Pregunta 8	4	4	4	12	1
Pregunta 9	4	3.33	4	11.33	0.93
Pregunta 10	4	3.33	3.67	11	0.89
Pregunta 11	4	3.67	4	11.67	0.96
Pregunta 12	4	4	3.67	11.67	0.96
			TOTAL		**0.96**

Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Fórmula:

$$\mathbf{V=}\ \frac{\bar{\bar{x}} - 1}{k}$$

Nomenclatura:

$\bar{\bar{X}}$: Promedio de calificación de los jueces

l: Valor mínimo de escala de calificación de la evaluación del instrumento

k: rango (diferencia entre el valor mínimo y máximo de la escala de evaluación)

Una vez realizado el cálculo de la V de Aiken se obtuvo como resultado un valor de 0.96, muy cercano a 1, el cual nos manifiesta que el instrumento que se aplicara para recolectar la información dentro de la investigacion tiene una validez muy alta.

2.5.2 Fiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach

El coeficiente de alfa de Cronbach tiene como finalidad evaluar la fiabilidad de un instrumento de recolección de datos, en donde las opciones de respuesta tengan dos o más ítems de respuesta, en este caso de la encuesta (Rodríguez y Reguant, 2020).

Para realizar el análisis de fiabilidad del instrumento de recolección de información del presente trabajo, se empleó el Alfa de Cronbach por medio del programa estadístico IBM SPSS Statistics, en donde se incluyeron para el procesamiento de casos a todos los colaboradores del Centro, que son 30 colaboradores.

Tabla 3 *Resumen de procesamiento de casos*

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	30	100,0

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

Posterior al cálculo de fiabilidad del alfa de Cronbach, con el valor obtenido se procede a dar significado a dicho valor, en donde de acuerdo con (Rodríguez-Rodríguez & Reguant-Álvarez, 2020), la fiabilidad se manifiesta a través de un número positivo

entre 0.00 y 1.00, en donde 0.00 existe una fiabilidad nula y 1.00 la fiabilidad es perfecta.

En el cálculo del Alfa de Cronbach, se basó en 12 elementos que son el número de preguntas del cuestionario aplicado, en donde los resultados obtenidos muestran que α=0,974, es decir que tienen un valor de fiabilidad muy alto al estar más cercana al 1.

Tabla 4 *Estadísticas de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,974	0,975	12

2.6 Planteamiento de la Hipótesis

Según Espinoza (2018) manifiestan que la hipótesis dentro de una investigacion es la suposición de que la información obtenida previamente pueda ser o no verdadera, con el fin de poner límites al problema de investigacion, para posteriormente poderla comprobar por un método científico por medio de la experimentación, además menciona que toda persona que realice una investigacion tiene como obligación a formular una hipótesis, para que después de ser comprobadas o rechazadas se genere un conocimiento científico.

Dentro de la presente investigacion se planteará la hipótesis con la siguiente pregunta

¿Tiene relación La Planificación Estratégica para controlar la Gestión Administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua?

2.6.1 Hipótesis nula

La hipótesis nula hace referencia a la negación o el rechazo de que exista una relación entre las variables estudiadas, generalmente contradice a la hipótesis planteada y se la denomina como H0. (Amaiquema Marquez et al., 2019).

H0: La Planificación Estratégica no se relaciona con el control de la Gestión Administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua

2.6.2 Hipótesis alternativa

La hipótesis alternativa manifiesta diferentes posibilidades en comparación con la hipótesis nula, es decir que manifiesta una existencia en la relación entre las variables estudiadas, en otras palabras, es el opuesto a la hipótesis nula planteada anteriormente, generalmente se la denomina como H1(Amaiquema Marquez et al., 2019).

H1: La Planificación Estratégica se relaciona con el control de la Gestión Administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis e Interpretación de Encuestas

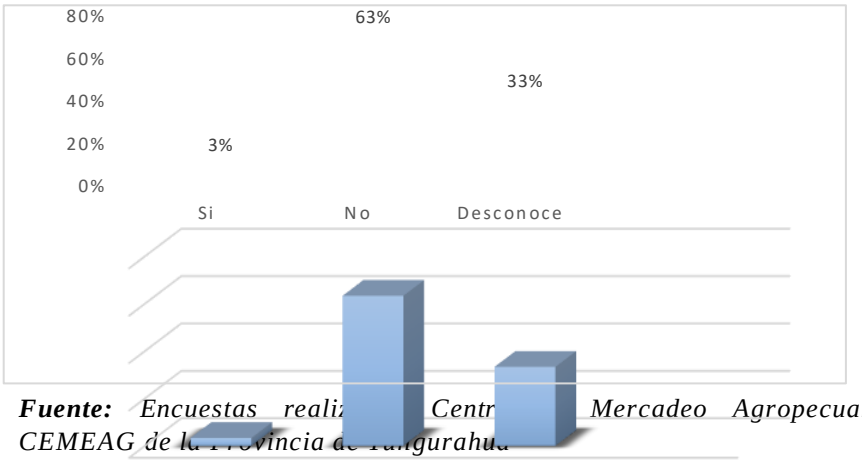
Pregunta 1. ¿Conoce usted si el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con un plan estratégico?

Tabla 5 *Conocimiento de un Plan estratégico establecido*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	1	3%
No	19	63%
Desconoce	10	33%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 1 *Conocimiento de un Plan estratégico establecido*



Fuente: *Encuestas realiz[illegible] Centr[illegible] Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, el 63% manifiestan que el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua no posee un Plan estratégico, esto equivale a 19 personas, el 33%, es decir 10 personas lo desconocen, mientras que tan solo el 3% haciendo referencia a que solo una persona menciona que existe algún

plan estratégico, por tal razón, basándonos en los resultados obtenidos la mayoría de los colaboradores asevera que no cuentan con un plan estratégico definido.

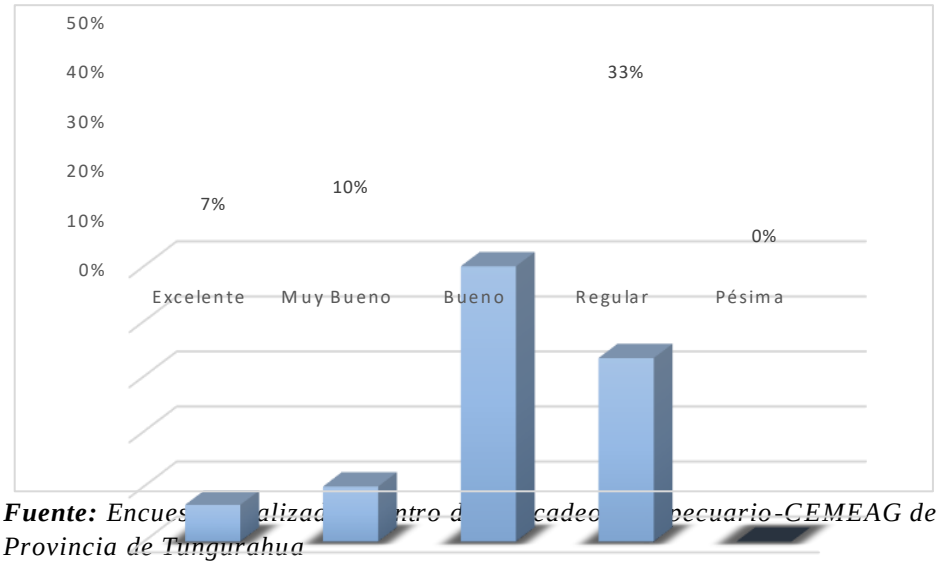
Pregunta 2. La comunicación en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es:

Tabla 6 *Comunicación*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	2	7%
Muy Bueno	3	10%
Bueno	15	50%
Regular	10	33%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 2 *Comunicación*



Fuente: *Encues alizad ntro d cadeo pecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

EL 50% de los colaboradores expresa que la comunicación en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG es buena, es decir 15 colaboradores, el 33% equivalente a 10

colaboradores manifiesta que es regular, mientras que el 7% mencionan que es excelente y el 10% que es muy buena equivalente 2 y 3 colaboradores respectivamente, por lo que podemos manifestar que la comunicación no es la adecuada por lo que podría ocasionar un mal desarrollo de las actividades entre los colaboradores.

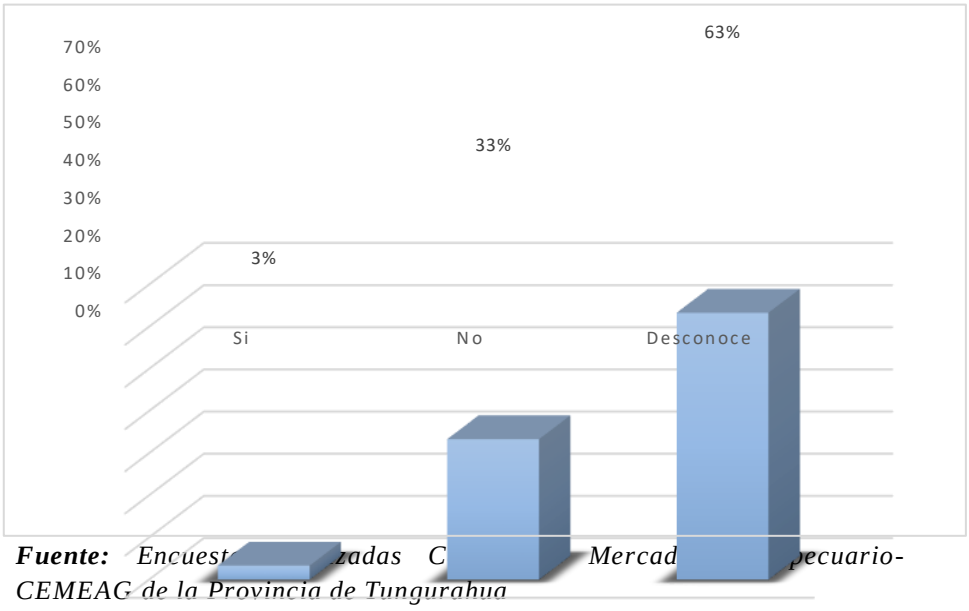
Pregunta 3. ¿El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con la Misión y Visión establecida?

Tabla 7 *Misión y Visión establecidas*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	1	3%
No	10	33%
Desconoce	19	63%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 3 *Misión y Visión establecida*



Fuente: *Encuest zadas C Mercad pecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

De un total de 30 encuestados en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG el 63% manifiesta que desconoce si la empresa cuenta con una Misión y Visión

establecida, es decir 19 colaboradores, mientas que el 33% de los encuestados representadas por 10 colaboradores aseguran que no poseen, y solo un colaborador, es decir el 3% asevera que si cuentan con una Misión y Visión establecidas.

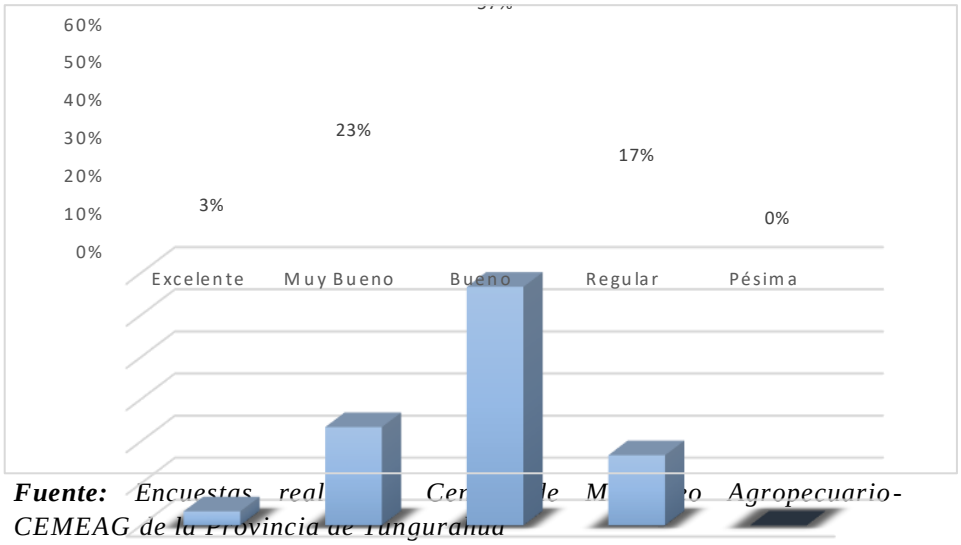
Pregunta 4. Los objetivos del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua son:

Tabla 8 *Objetivos*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	1	3%
Muy Bueno	7	23%
Bueno	17	57%
Regular	5	17%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 4 *Objetivos*



Fuente: *Encuestas real Cer le M o Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

El 57% de los encuestados en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG expresa que los objetivos son Buenos, lo que equivale a 17 colaboradores, el 23% manifiesta

que son Muy Buenos, mientras que el 17% Regular, y un colaborador equivalente al 3% de los encuestados afirma que son excelentes.

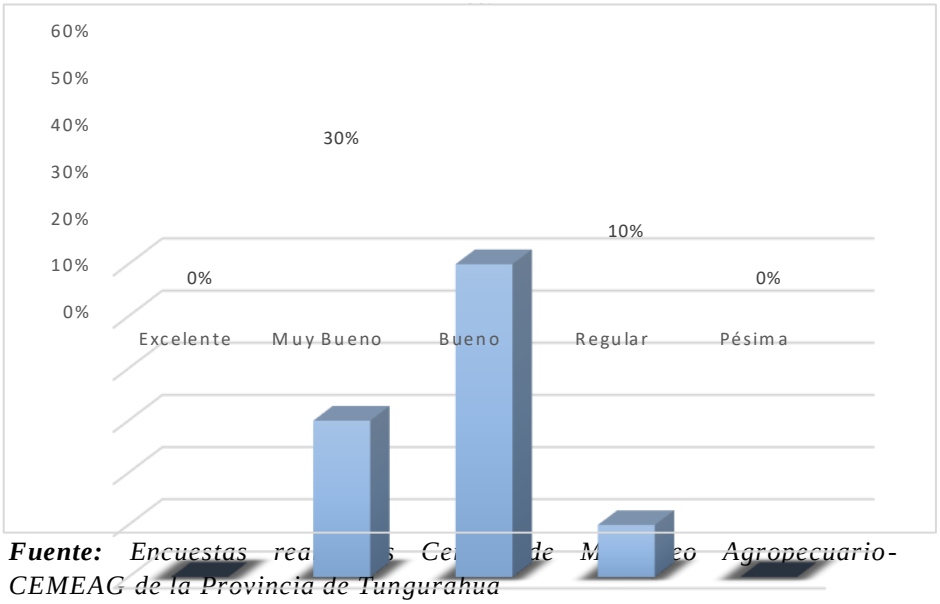
Pregunta 5. ¿La aplicación de políticas en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?

Tabla 9 *Aplicación de políticas*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy Bueno	9	30%
Bueno	18	60%
Regular	3	10%
Pésima	0	0%
Total	30	100%

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 5 *Aplicación de políticas*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

Del total de encuestados en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG 18 colaboradores que equivalen al 60% mencionan que la aplicación de políticas es buena,

y el 30% es decir 9 colaboradores que es muy buena mientras que el 10% que son 3 colaboradores manifiestan que es regular.

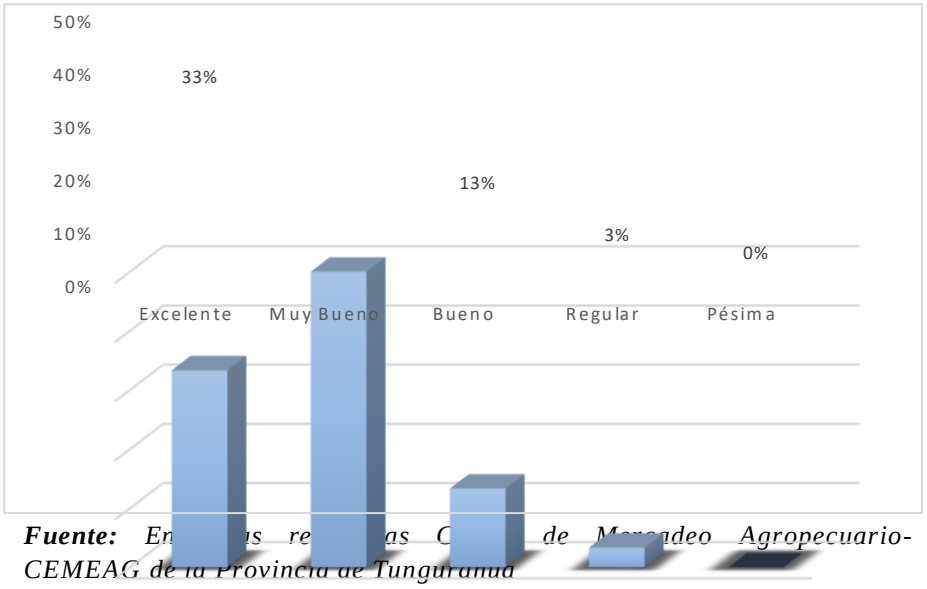
Pregunta 6. ¿La planificación del uso de los recursos en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?

Tabla 10 *Uso de los recursos*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	10	33%
Muy Bueno	15	50%
Bueno	4	13%
Regular	1	3%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 6 *Uso de los recursos*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

El 50% de los colaboradores encuestados manifiesta que el uso de los recursos en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG es Muy bueno es decir 15 colaboradores

y el 33% que es excelente, lo que equivale a 10 colaboradores, mientas que 4 colaboradores que representa el 13% de los encuestados menciona que es bueno y tan solo el 3% que es un encuestado expresa que el uso de los recursos es regular.

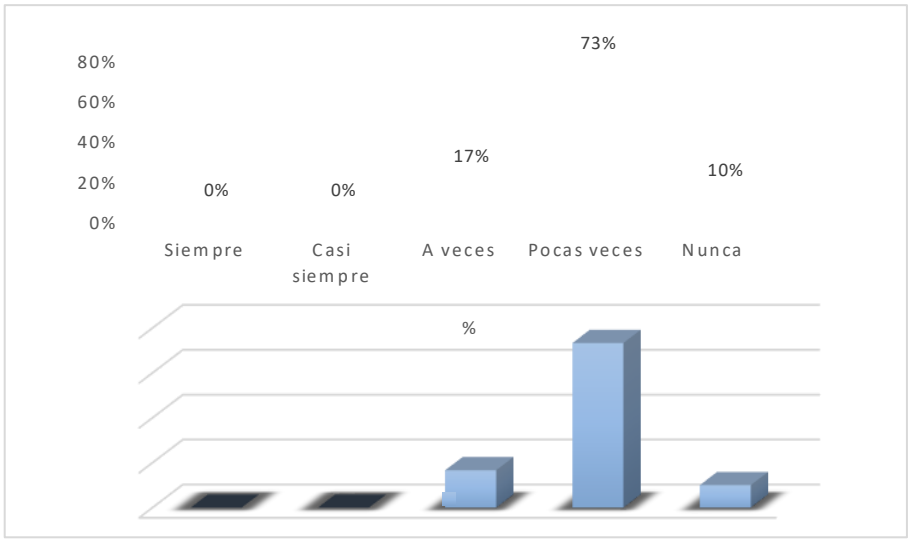
Pregunta 7. ¿Se realiza un análisis de las oportunidades y amenazas existentes en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG?

Tabla 11 *Análisis de oportunidades y amenazas existentes*

Respuesta	Frecuencia	%
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
A veces	5	17%
Pocas veces	22	73%
Nunca	3	10%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 7. *Análisis de oportunidades y amenazas existentes*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

Del total de encuestados en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG el 73% de los colaboradores mencionan que Pocas veces se realiza un análisis de las oportunidades y amenazas que posee la empresa, el 17% de encuestados, es decir 5 colaboradores mencionan que a veces se analizan mientras que el 10% de los colaboradores expresan que nunca se ha realizado algún tipo de análisis.

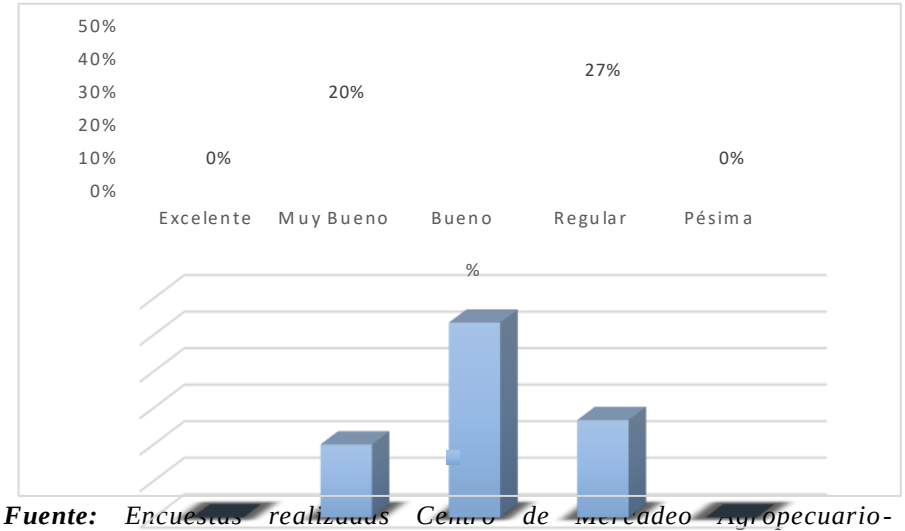
Pregunta 8. ¿La toma de decisiones en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?

Tabla 12 *La toma de decisiones*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy Bueno	6	20%
Bueno	16	53%
Regular	8	27%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 8 *La toma de decisiones*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

De un total de 30 encuestados, el 53% equivalente a 16 colaboradores del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG manifiesta que la toma de decisiones es buena, en cambio el 27% de los encuestados representados por 8 colaboradores mencionan que es regular y el resto de colaboradores encuestados dicen que es muy buena, lo que se refleja en un 20% que son 6 colaboradores.

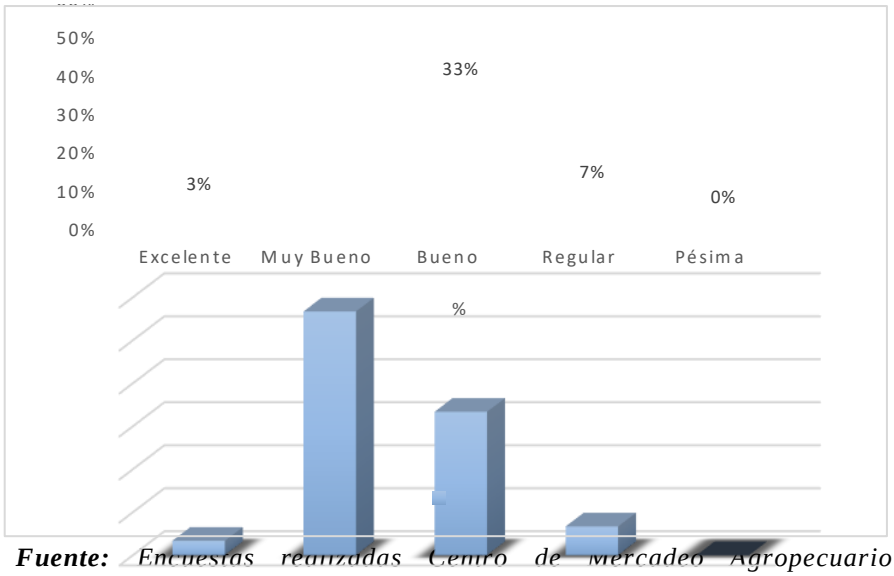
Pregunta 9. ¿La planificación de las actividades que se realizan en el Centro de Mercadeo Agropecuario- CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?

Tabla 13 *Planificación de las actividades*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	1	3%
Muy Bueno	17	57%
Bueno	10	33%
Regular	2	7%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 9 *Planificación de las actividades*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

El 57% de los colaboradores encuestados mencionan que la planificación de las actividades en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG es muy bueno, es decir 17 colaboradores, mientras que el 33% equivalente a 10 colaboradores manifiesta que es bueno, el 7% expresa que es regular y tan solo el 3% es decir un solo colaborador expresa que la planificación de las actividades es excelente.

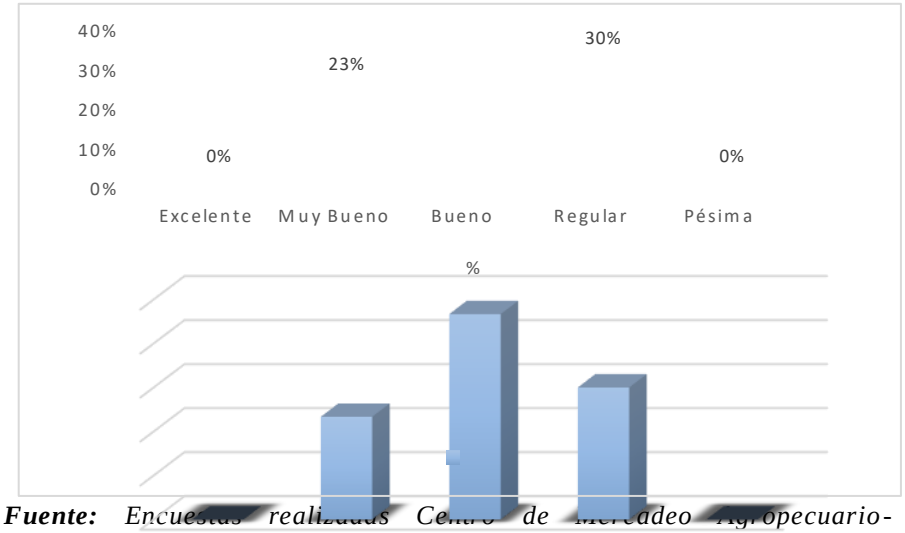
Pregunta 10. ¿Cómo califica usted la gestión administrativa en la empresa del Centro de Mercadeo Agropecuario- CEMEAG de la provincia de Tungurahua?

Tabla 14 *Gestión Administrativa*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy Bueno	7	23%
Bueno	14	47%
Regular	9	30%
Pésima	0	0%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 10. *Gestión Administrativa*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

El 47% de los colaboradores encuestados menciona que la gestión administrativa en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG es buena, lo que representa a 14 colaboradores, el 23% expresa que es muy buena, es decir 7 colaboradores encuestados, mientras que el 30% de los colaboradores encuestados manifiesta que es regular, esto equivale a 9 colaboradores

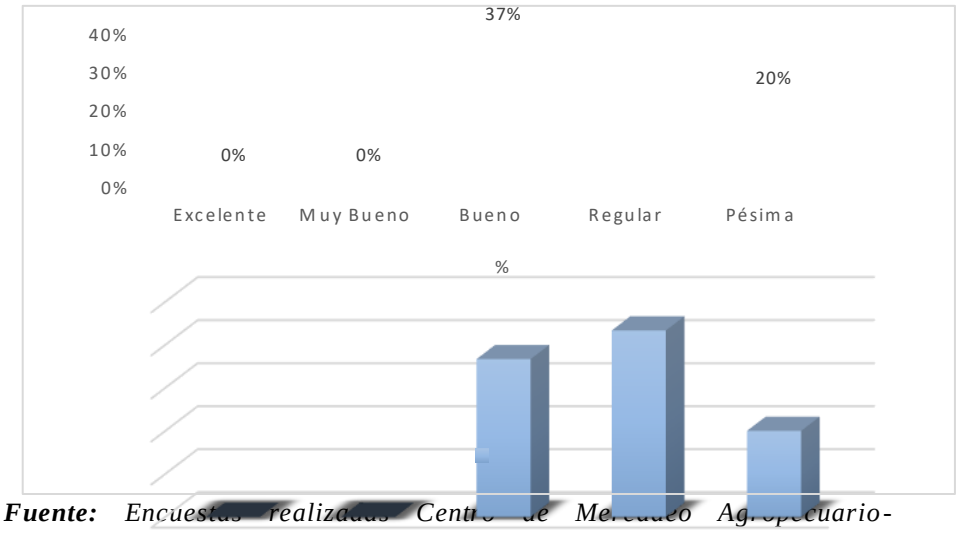
Pregunta 11. ¿El servicio de atención al cliente en el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" como lo considera?

Tabla 15 *Servicio de atención al cliente*

Respuesta	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy Bueno	0	0%
Bueno	11	37%
Regular	13	43%
Pésima	6	20%
Total	**30**	**100%**

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 11 *Servicio de atención al cliente*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

Del 100% de colaboradores encuestados el 43% manifiesta que el servicio de atención al cliente es regular, es decir 13 trabajadores, en cuanto al 37% expresa que es bueno, representado por 11 colaboradores, mientras que el 20% que son 6 colaboradores señalan que el servicio es pésimo.

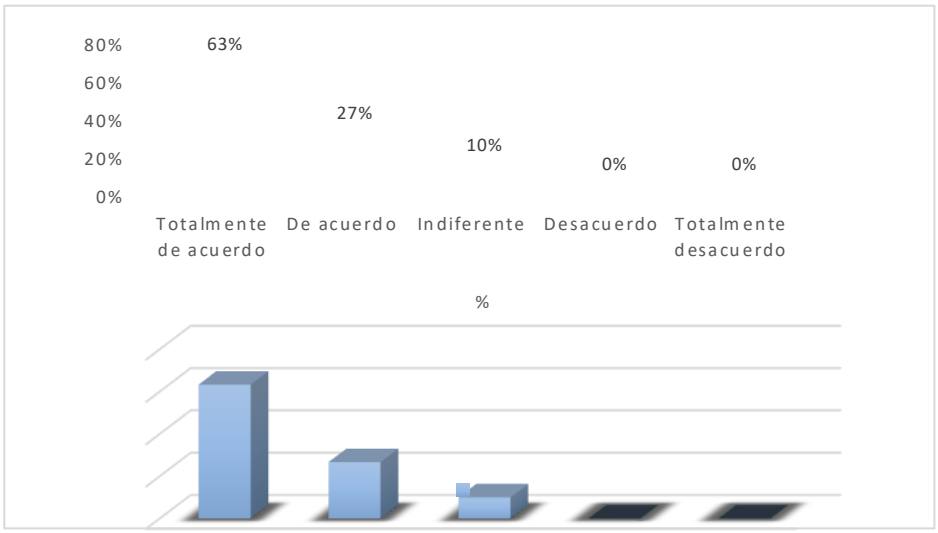
Pregunta 12. ¿Considera que, con el diseño de un plan estratégico, la gestión administrativa mejorará en el Centro de Mercadeo Agropecuario- CEMEAG de la provincia de Tungurahua?

Tabla 16 *Diseño de un Plan estratégico*

Respuesta	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	19	63%
De acuerdo	8	27%
Indiferente	3	10%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Gráfico 12 *Diseño de un Plan estratégico*



Fuente: *Encuestas realizadas Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis e interpretación

Del total de colaboradores encuestados, el 63% equivalente a 19 colaboradores manifiestan estar de acuerdo en que, con el diseño de un plan estratégico, la gestión administrativa mejorará en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG, y el 27% de los colaboradores está de acuerdo en que mejorara la gestión administrativa, mientras que el 10% que son 3 colaboradores expresan indiferencia en cuanto a dicha mejora.

3.2 Prueba de normalidad

La prueba de normalidad se emplea dentro del análisis estadístico con el fin de poder decidir si es aceptable o no una distribución normal para los datos obtenidos durante la investigacion, se utilizada en pruebas estadísticas para poder verificar de manera anticipada una suposición de los mismos con el fin de poder determinar la utilización o no de determinados análisis estadísticos y garantizar que la fuerza con la que cuentan dichos análisis. (Flores Tapia & Flores Cevallos, 2021)

Según (Flores Tapia & Flores Cevallos, 2021) la prueba de normalidad que se utiliza para comprobar la normalidad de los datos en muestras menores de 50 observaciones se denomina Prueba Shapiro-Wilk, mientras que para muestras mayores de 50 observaciones corresponde a la prueba de Kolmogórov-Smirnov

Tabla 17 *Pruebas de normalidad*

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
Preguntas	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
1. Plan estratégico establecido	,379	30	,000	,700	30	,000
2. Comunicación	,286	30	,000	,806	30	,000
3. Misión y Visión establecidas	,395	30	,000	,669	30	,000
4. Objetivos	,306	30	,000	,834	30	,000
5. Aplicación de políticas	,328	30	,000	,765	30	,000
6. Uso de los recursos	,265	30	,000	,820	30	,000
7. Análisis de oportunidades y amenazas existentes	,384	30	,000	,696	30	,000
8. La toma de decisiones	,272	30	,000	,804	30	,000
9. Planificación de las actividades	,338	30	,000	,791	30	,000
10. Gestión Administrativa	,236	30	,000	,811	30	,000

11. Servicio de atención al cliente	,234	30	,000	,802	30	,000
12. Diseño de un Plan estratégico	,387	30	,000	,683	30	,000

*Nota. E*stadísticas obtenidas de la prueba de normalidad en el programa SPSS.

Para el análisis estadístico de esta investigacion se ha optado por la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, tomando en cuenta el tamaño de la muestra con la que se está trabajando que es menos de 50 observaciones o participantes.

Tabla 18 *Regla de decisión*

Regla de Decisión	
Si valor p < α	se rechaza H0
Si valor p > α	se rechaza H1

Nota: Regla de decisión para aceptar o rechazar la hipótesis

Después de haber obtenido los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, podemos apreciar que el nivel de significancia o valor p calculado es de 0,000, por lo que este valor calculado es menor que el nivel estándar de 0.05, se llega a rechazar la hipótesis nula H0, y se procede a aceptar la hipótesis alternativa H1, tomando en cuenta que los datos obtenidos no siguen una distribución normal, es decir tienden a tener una distribución no paramétrica se opta por la aplicación del coeficiente de Spearman para realizar la prueba de hipótesis.

3.3 Prueba de Hipótesis

Posterior a la obtención de los datos estadísticos se procede a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, con la finalidad de mostrar de manera cuantitativa el nivel de relación que existe entre las variables de estudio

3.3.1 Coeficiente de Rho Spearman

Tabla 19 *Significado del valor rho calculado*

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Interpretación del coeficiente de Spearman

Tabla 20 *Correlación de Spearman*

Correlación de Spearman

Correlaciones

			Objetivos	Gestión Administrativa
Rho de Spearman	Objetivos	Coeficiente de correlación	1,000	,858**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Gestión Administrativa	Coeficiente de correlación	,858**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Posterior a la aplicación del coeficiente de Spearman, los datos obtenidos demuestran que existe una correlación entre las variables de estudio, en este caso El coeficiente de correlación es de 0,858, es decir que existe una correlación positiva alta. Por tal razón tomando en cuenta el valor de significancia o valor o de 0,000 que está por debajo del valor estándar de 0,05, se opta por la decisión de aceptar la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula, en donde, La Planificación Estratégica si se relaciona con el control de la Gestión Administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua

3.4 Diseño propuesto del plan estratégico

MISIÓN

El Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" de la ciudad de Ambato, es una compañía de economía mixta referente nacional en la comercialización de animales en pie, para impulsar el desarrollo del sector agropecuario, promoviendo el equilibrio y comercio justo entre productores y compradores, cumpliendo los más altos estándares normativos sanitarios y administrativos, contribuyendo así tangiblemente el crecimiento económico de la región y mejorando la calidad de vida de los comerciantes.

VISIÓN

Ser reconocido como el principal centro de comercialización agropecuaria en el callejón interandino del país convirtiéndonos en el referente empresarial, gremial, vanguardista y asociativo de los productores de nuestra provincia, contribuyendo al desarrollo social y económico de nuestra comunidad destacándonos por la excelencia en la calidad de nuestros servicios, promoviendo la producción agropecuaria sostenible y la creación de oportunidades para los productores y comerciantes siendo un ejemplo de eficiencia en la gestión público-privada

VALORES

- **Responsabilidad**

El Centro de Mercadeo Agropecuario “CEMEAG” tiene como responsabilidad las decisiones y acciones consecutivas de acuerdo al cumplimiento de las reglas, conductas y lineamientos que se disponga para el buen funcionamiento que a su vez se brinda una seguridad y trato justo tanto para nuestros colaboradores, proveedores y usuarios.

- **Predisposición al Cambio**

El CEMEAG está comprometida plenamente a enfrentar y asumir el cambio como un medio de desarrollo al crecimiento empresarial, predispuesto a tomar en cuenta las recomendaciones que nos permitan progresar e impulsar la compañía.

- **Disciplina**

Nos basamos al cumplimiento y compromiso de un trabajo exitoso, enfocado y direccionado con un objetivo propuestos para el desarrollo de los mismos, que nos permitirán contar con algunos recursos principales como el tiempo, talento humano y económicos.

- **Aprendizaje**

Hoy en la actualidad todos estamos movidos de una u otra manera por la curiosidad y el desarrollo de construir un nuevo conocimiento, es por eso que nuestros colaboradores están contantemente capacitados en las distintas áreas asignadas con la finalidad de mejorar y desempeñarse cada día de lo aprendido.

- **Autocritica**

Es importante destacar que eventualmente en el transcurso del tiempo todos debemos evaluarnos e identificar los puntos fuertes y débiles cada uno, considerando que todos cometemos errores pero que a su vez debemos convertirlos en aprendizaje para el mejoramiento y crecimiento personal.

- **Perseverancia**

El CEMEAG en los transcursos de los años de arduo trabajo continuo y la búsqueda de beneficios mutuos, nos hemos complementado con la perseverancia que a su vez

esto nos ha permitido crecer en el tiempo para el posicionamiento de la feria de cada lunes, cada semana, cada día, además de una buena actitud para poder continuar y mantener sobre todo a la empresa con rumbo hacia el desarrollo al éxito.

- **Puntualidad**

El Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" ha venido trabajando arduamente en este valor ya que nos representa una suma importancia tanto en lo personal, como en el ámbito empresarial por tal motivo se ha enfocado en todas nuestras áreas para destacarnos con nuestro personal, clientes o usuarios, proveedores, administración y directiva.

- **Trabajo En Equipo**

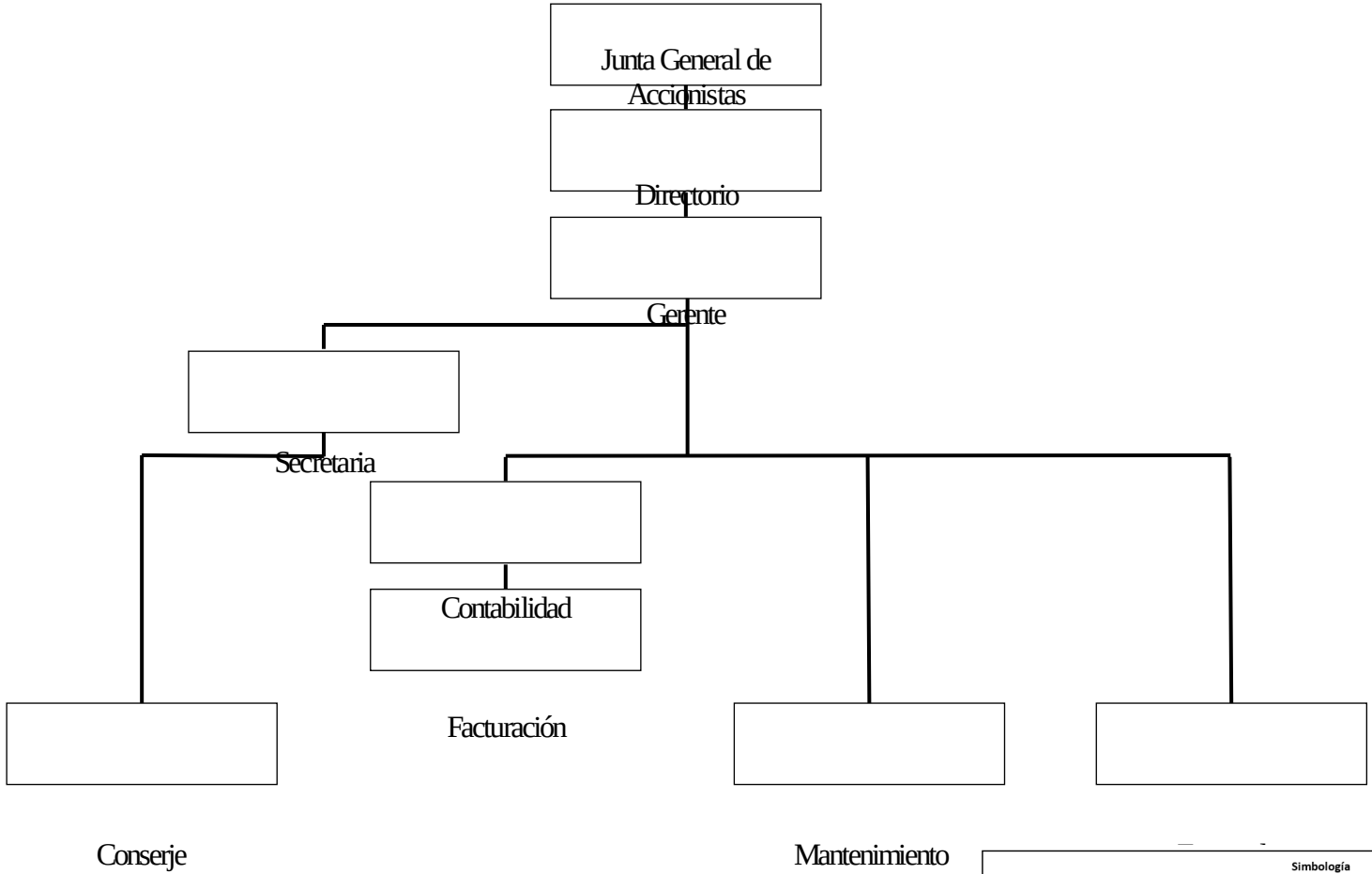
En la compañía contamos con trabajadores preparados y capacitados para cada área de trabajo lo que hoy por hoy es el "CEMAG", el trabajar en equipo nos ha llevado lejos, no se puede lograr los objetivos sin el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores, es por ello que a través del tiempo se ha venido manteniendo y fomentando este valor.

POLITICAS

- Registrar y firmar la entrada y salida por parte de los colaboradores.
- Firmar registro de entrega de equipos de radiofrecuencia.
- Horario de trabajo de 06:00 a 15:00.
- Pago a los trabajadores por medio de transferencia o depósito bancario.
- Exigir el cumplimiento de Guías de movilización a los usuarios para ingresar al recinto ferial.
- Limpieza de las plataformas después de cada feria.
- Realizar inspecciones periódicas en las diferentes áreas de la empresa, para verificar el correcto desempeño.
- Verificar documentación completa de los vehículos (tickets de parqueadero, pisos, ticket de salida) para poder salir del recinto.
- Cumplir con los requisitos y exigencias de la autoridad sanitaria nacional-Agrocalidad.

- Realizar el mantenimiento periódico de los equipos de cómputo y facturación.
- Facilitar la concentración y comercialización de animales en pie en sus instalaciones.
- Procurar la optimización de los procesos, la mejora continua de los servicios y la satisfacción de los usuarios.

Gráfico 13 *Organigrama Estructural Propuesto*



Simbología	
Símbolo	**Representa**
	Unidades permanentes de trabajo propias del organismo o institución o que forman parte de éste.
	La jerarquía lineal que existe en el organismo o institución, siempre debe de ir más gruesa que las líneas de las figuras geométricas Si la línea sale por la parte inferior de una figura geométrica y se conecta a otra en la parte superior o en uno de sus lados, indica, que tiene jerarquía lineal.
	la relación que existe entre el director de la organización o institución, con sus asesores consultivos externos y siempre se conecta de la parte inferior de la figura geométrica y se conecta a otra figura en uno de los lados

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

FUNCIONES

Gerente

- Cumplir las órdenes de la junta general de accionistas
- Cumplir las disposiciones del directorio
- Toma de decisiones oportunas
- Supervisar al personal de la empresa en las diferentes áreas
- Verificar el correcto uso de los equipos y recursos necesarios para el desarrollo de las actividades de los colaboradores.
- Solucionar diversos conflictos internos y externos que se presenten.
- Generar relaciones comerciales con proveedores y clientes
- Rendir cuentas al directorio y accionistas de la empresa

Secretaria

- Archivar y clasificar los diferentes documentos de la empresa
- Realizar tareas de apoyo en diversas áreas de la empresa
- Proporcionar la información necesaria para el apoyo en la toma de decisiones
- Gestionar y coordinar las actividades a realizarse los días de feria para los colaboradores.
- Llevar el control y la agenda de las actividades generales y del gerente
- Elaboración y manejo de documentos para la verificación del cumplimiento de las actividades.

Contabilidad

- Realizar los pagos a los colaboradores
- Realizar declaraciones tributarias
- Llevar la contabilidad general de la empresa
- Realizar los pagos oportunos a proveedores
- Elaborar y presentar los diferentes informes financieros
- Supervisar el proceso de facturación durante los días de feria

Conserje

- Limpieza de las instalaciones de la empresa
- Apertura de las puertas de ingreso y oficinas antes de comenzar la feria.
- Cuidar las instalaciones de la empresa.
- Receptación y entrega de documentación requerida
- Realizar depósitos, cobros y pagos menores que requiera la empresa (hasta $200 dólares).
- Apoyo en las actividades de logística requeridas.

Facturación

- Realizar los diferentes cobros a los usuarios.
- Cuadrar y cerrar cada caja correspondiente
- Verificar el correcto funcionamiento del sistema y los equipos electrónicos antes de iniciar las actividades.
- Realizar el informe de recaudación de cada caja.
- Gestionar y archivar comprobantes y facturas
- Reportar facturas faltantes o adulteradas.

Mantenimiento

- Realizar el mantenimiento de las instalaciones e inmobiliario de la empresa
- Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de computo
- Realizar el mantenimiento periódico de la báscula de la plataforma de ganado
- Realizar el mantenimiento de los arcos de desinfección
- Coordinar con las diferentes áreas las tareas de mantenimiento a realizarse
- Revisar la calidad de los insumos y materiales que se emplearan en el desarrollo de los proyectos o actividades.

Eventuales

- Cumplir con las actividades designadas en cada puesto de trabajo
- Realizar reportes de novedades o inconvenientes presentados en el transcurso de la realización de las actividades

- Proporcionar información y documentación requerida por los usuarios.
- Revisión de documentación requerida para el ingreso a la feria.
- Control de los vehículos dentro del recinto ferial
- Gestión de cobranza a los usuarios de las áreas de comercio.

ANÁLISIS DEL SECTOR

Análisis interno:

El análisis interno del Centro de Mercadeo Agropecuario CEMEAG, es un proceso fundamental para poder establecer y conocer todos los factores que están relacionados en la empresa con la finalidad de ayudar y mejorar sus actividades.

El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, inicio sus actividades desde el año 1972, como una compañía de Economía Mixta regulada por la Super Intendencia de Compañías de nuestro país, siendo su accionista mayoritario el Centro Agrícola Cantonal Ambato y en menor participación el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad De Ambato.

Está ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato en el sector llamado Huachi la Libertad, Km 7 vía a Tisaleo, en donde cuenta con todos los servicios básicos para su correcto funcionamiento, los mismos que son:

- Agua potable
- Alcantarilla
- Luz Eléctrica
- Teléfono
- Internet
- Alumbrado

El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua, cuenta con colaboradores capaces y comprometidos al desarrollo óptimo de las actividades y al cumplimiento conjunto de los objetivos de la empresa, en donde están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 21 *Distributivo del personal*

Personal	Número de personas
Gerente	1
Secretaria	1
Contadora	1
Área de facturación	8
Plataforma de desembarque y parqueadero	2
Puerta de ingreso	5
Puerta de salida	2
Veterinario	1
Plataforma	1
Zona de parqueadero	2
Garita	1
Arco de desinfección	1
Tentadero	2
Limpieza	2
TOTAL	**30**

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*

Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Servicios

El Centro de Mercadeo Agropecuario CEMEAG es una compañía de servicios que facilita la concentración y comercialización de animales en pie, exclusivamente de ganado vacuno y equino, así como también brinda el espacio para el desarrollo de actividades de comercio de minoristas e informales. Anualmente, se desarrolla dentro de sus instalaciones la Expo feria Agropecuaria, en donde se ofrece stands para diferentes tipos de actividades, shows artísticos, subasta de ganado, juzgamiento de razas de ganado vacuno.

Análisis externo:

Demográfico

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con los datos obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC del año 2022, a nivel nacional existieron 5.629.981 cabezas de ganado de diferente tipo, de los cuales 3.860.493 pertenecen a ganado vacuno. Dentro de la Región Sierra existió 2.044.972 cabezas de ganado que representan el %del total de ganado vacuno nacional.

Tabla 22 *Número total de cabezas de ganado año 2022*

Región	NÚMERO TOTAL DE CABEZAS DE GANADO AÑO 2022							TOTAL
	Vacuno	Porcino	Ovino	Asnal	Caballar	Mular	Caprino	
TOTAL NACIONAL	**3.860.493**	**943.249**	**551.960**	**33.167**	**155.407**	**61.914**	**23.789**	**5.629.981**
REGIÓN SIERRA	2.044.972	601.650	517.346	25.540	76.913	15.105	21.204	3.302.730
REGIÓN COSTA	1.488.274	307.964	33.500	7.093	64.684	44.032	1.885	1.947.432
REGIÓN AMAZÓNICA	327.247	33.635	1.114	534	13.811	2.778	700	379.819

Fuente: *ESPAC-2022*

Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Comparando los datos según el ESPAC de los años 2021 y 2022, podemos apreciar que la venta de ganado vacuno ha incrementado en un 11,39% es decir que existió un aumento de 59.443 cabezas de ganado vacuno, esto es un factor importante, ya que dentro del Centro de Mercadeo Agropecuario CEMEAG de la provincia de Tungurahua este es el principal tipo de ganado que se comercializa.

Tabla 23 *Número total de cabezas de ganado vacuno vendidas. año 2021-2022*

NÚMERO DE CABEZAS DE GANADO VACUNO VENDIDAS				
Región y Provincia	**2021**	**2022**	**Valor Absoluto**	**Porcentaje**
TOTAL **NACIONAL**	**522.020**	**581.464**	**59.443**	**11,39%**
REGIÓN SIERRA	282.376	315.876	33.500	11,86%
REGIÓN COSTA	190.980	223.920	32.940	17,25%
REGIÓN AMAZÓNICA	48.664	41.668	(6.996)	-14,38%

Fuente: *ESPAC-2022*

Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Político

En el Ecuador, al hablar del ámbito político, las diversas leyes y organismos de control a las que se rige las empresas son un factor muy importante para garantizar el correcto funcionamiento y desarrollo para las mismas, en este caso para el CEMEAG juega un factor muy importante cumplir con todas las normas y requerimientos legales de los distintos organismos de control, siendo regulado por la Super Intendencia de Compañías del Ecuador, así como el pago oportuno de sus impuestos, controlada por el SRI, los distintos permisos de funcionamientos por parte del GAD, tanto para el día a día como para la realización de cualquier tipo de eventos que desarrolla el CENTRO, como ferias nacionales o locales, además de la principal autoridad Sanitaria Nacional que es Agrocalidad, la cual controla que los animales que se comercializan a nivel nacional estén libres de fiebre aftosa, el incumplimiento de esta disposición legal conlleva que el ganadero no pueda movilizar sus animales desde su finca a cualquier destino que pretenda darle, cortando sus aspiraciones de vender sus animales sea en la finca o en cualquier mercado. De tal manera el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" se rige a lo que Agrocalidad solicita para el cumplimiento de una comercialización adecuada y confiable que el ganadero debe contar con ciertos papeles para la compra y venta de la misma, entre ellos podemos contar con las guías de movilización y certificado de vacunación con la finalidad de que se realice todo el proceso de negociación adecuado y sin ninguno problema, ofreciendo la seguridad a los clientes.

Económico

Para un país, el sector agropecuario está ligado directamente en el desarrollo económico, por lo cual este sector cumple varias funciones entre ellas esta es el abastecimiento de alimentos para una población.

En Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" se ha venido dando un crecimiento económico importante a nivel nacional, debido a que a esta feria arriban comerciantes ganaderos de las diferentes provincias del callejón interandino de nuestro país, aportando al desarrollo de la sociedad y el bien común generando un movimiento de efectivo aproximado de $100,000.00 dólares durante cada feria desarrollada los días lunes.

A nivel local, en el sector donde está ubicado el recinto ferial, que corresponde al cantón Ambato en el sector llamado Huachi la Libertad, se ha observado un crecimiento considerable diversas actividades comerciales, reflejando así que el desarrollo de esta feria aporta significativamente un movimiento económico para los habitantes de dicho sector, mejorando en parte la calidad de vida de los habitantes de ese sector.

Internamente, en las distintas zonas del recinto ferial podemos encontrar un aumento en la zona de artesanos o emprendimientos de alrededor del 10%, en minoristas informales 15%, zona del patio de comida 5%, el parqueadero se incrementó en un 15%, la comercialización de ganado 25% y personal de trabajo un 5% en referencia de este último trimestre, estos datos se obtuvieron mediante los registros internos que posee el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG".

MATRIZ FODA

Tabla 24 *Matriz FODA*

Matriz FODA	
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
1. Sistema de facturación 2. Basculas para el peso de ganado 3. Arco de desinfección 4. Personal responsable y comprometido 5. Ingresos en efectivo 6. Infraestructura adecuada 7. Asistencia concurrente de comerciantes 8. Pagos oportunos 9. Comercio justo 10. Aumento de comerciantes.	1. Falta de capacitación al personal de trabajo. 2. Falta de pagos electrónicos (depósitos/ transferencias) para los usuarios del servicio. 3. Adquisición de nueva deuda por construcción de nuevos espacios. 4. Falta de señalización dentro del recinto ferial. 5. Falta de marketing publicitario. 6. Falta de plan estratégico

	7. Falta de uso del recinto fuera de los días de feria. 8. Falta de sistemas de seguridad y vigilancia.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
1. Nuevos sistemas de comercialización. 2. Nuevos sistemas tecnológicos. 3. Reconocimiento de la imagen de la feria. 4. Apoyo por parte del Municipio.	1. Falta de cobertura de redes móviles e internet 2. Falta de control vehicular fuera de las instalaciones 3. Competencia desleal por los comerciantes 4. Realización de ferias clandestinas. 5. Posibles brotes de fiebre aftosa. 6. Inseguridad del país

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Análisis DAFO

Tabla 25 *Estrategias de la Matriz FODA*

Estrategias de la Matriz FODA		
	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
	F1. Sistema de facturación F2. Basculas para el peso de ganado F3. Arco de desinfección	D1. Falta de capacitación al personal de trabajo. D2. Falta de pagos electrónicos (depósitos/ transferencias) para

	F4. Personal responsable y comprometido F5. Ingresos en efectivo F6. Infraestructura adecuada F7. Asistencia concurrente de comerciantes F8. Pagos oportunos F9. Comercio justo F10. Aumento de comerciantes.	los usuarios del servicio. D3. Adquisición de nueva deuda por construcción de nuevos espacios. D4. Falta de señalización dentro del recinto ferial. D5. Falta de marketing publicitario. D6. Falta de plan estratégico D7. Falta de uso del recinto fuera de los días de feria. D8. Falta de sistemas de seguridad y vigilancia.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIAS F+O**	**ESTRATEGIAS D+O**
O1. Nuevos sistemas de comercialización. O2. Nuevos sistemas tecnológicos. O3. Reconocimiento de la imagen de la feria. O4. Apoyo por parte del Municipio.	FO1. Convenios con empresas privadas para la comercialización digital. FO2. . Planeación y creación de nuevos servicios	DO1. Implementación de un plan estratégico DO2 Implementación nuevos sistemas de vigilancia y seguridad. DO3. Creación de un plan de marketing y diseño de página web

AMENAZAS	ESTRATEGIAS F+A	ESTRATEGIAS D+A
A1. Falta de cobertura de redes móviles e internet A2. Falta de control vehicular fuera de las instalaciones A3. Competencia desleal por los comerciantes A4. Realización de ferias clandestinas. A5. Posibles brotes de fiebre aftosa. A6. Inseguridad de país	FA1. Adecuación de nuevos espacios para parqueaderos	DA1. Implementación y mejora de señaléticas dentro de las instalaciones DA2. Capacitaciones periódicas DA3. Implementación de medios de cobros electrónicos

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Estrategias del análisis DAFO

Tabla 26 *Estrategias*

Estrategias del análisis DAFO	
ESTRATEGIAS F+O	**ESTRATEGIAS D+O**
FO1. Convenios con empresas privadas para la comercialización digital. FO2. . Planeación y creación de nuevos servicios	DO1. Implementación un plan estratégico DO2. Implementación nuevos sistemas de vigilancia y seguridad.

	DO 3 Creación de un plan de marketing y diseño de página web
ESTRATEGIAS F+A	**ESTRATEGIAS D+A**
FA1. Adecuación de nuevos espacios para parqueaderos	DA1. Implementación y mejora de señaléticas dentro de las instalaciones DA2. Capacitaciones periódicas DA3. Implementación de medios de cobros electrónicos

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

Estrategias a corto plazo

- Implementación y mejora de señaléticas dentro de las instalaciones
- Capacitaciones periódicas

Estrategias a mediano Plazo

- Implementación de un plan estratégico
- Adecuación de nuevos espacios para parqueaderos
- Creación de un plan de marketing y diseño de página web
- Implementación de medios de cobros electrónicos

Estrategias a largo plazo

- Establecer convenios con empresas privadas para la comercialización digital.
- Planeación y creación de nuevos servicios
- Implementar nuevos sistemas de vigilancia y seguridad.

Plan de Acción

Tabla 27 *Plan de Acción*

PLAN DE ACCIÓN								
PERIODO	**ESTRATEGIAS**	**OBJETIVOS**	**ALCANCE**	**ACTIVIDADES**	**RECURSOS**	**PRESUPUESTO**	**TIEMPO**	**RESPONSABLE**
CORTO PLAZO	Implementación y mejora de señaléticas dentro de las instalaciones	Implementar nuevas señaléticas en las instalaciones del CEMEAG	La implementación y mejora de las señaléticas dentro de las instalaciones del CEMEAG contribuye a que los usuarios efectúen de manera más intuitiva el desarrollo de actividades	• Identificar que señalización requiere y se necesita implementar • Buscar proveedores especializados en la elaboración de señaléticas • Cotizar el diseño e implementación • Aprobar la cotización y designar el presupuesto • Adquisición de las nuevas	•Humano •Materiales •Financieros	$1010	2 meses	• Gerente • Mantenimiento • Contadora

				señaléticas necesarias • Instalación de las nuevas señaléticas en las instalaciones del CEMEAG.				
	Capacitaciones periódicas	Implementar un plan de capacitaciones periódicas para el personal del CEMEAG	Las capacitaciones periódicas permiten que los colaboradores adquieran nuevos conocimientos y generen un mejor desempeño al momento de realizar sus funciones y facilita la resolución oportuna de problemas y conflictos que se puedan presentar.	•Identificar las habilidades que faltan o que se puedan mejorar los colaboradores. •Designar a la persona o al equipo que llevara a cabo la capacitación. •Establecer los objetivos que se quiere cumplir en cada capacitación que se ejecutara. •Elaborar el programa de	•Humano •Materiales •Financieros	$1,080 al año	1 mes	• Gerente • Secretaria • Contadora

				capacitación de acuerdo al tema (una cada trimestre). • Ejecutar la capacitación con el tema y los objetivos plateados • Evaluar a los colaboradores • Otorgar certificados de aprobación de las capacitaciones\				
MEDIANO PLAZO	Implementación de un plan estratégico	Implementar el plan estratégico	El diseño y aplicación de un plan estratégico permite que la empresa alcance los objetivos que se plantea de una manera óptima y ordenada, optimizando sus recursos e impulsando sus fortalezas y mejorando sus	• Definir el equipo de trabajo que se encargara en la implementación del plan estratégico • Recabar información necesaria de la empresa para tener un punto de partida.	• Humano • Materiales • Financieros	$1000	6 meses	• Gerente • Secretaria • Contadora • Asesores externos

			puntos débiles, de esta manera prevé los posibles contratiempos que se puedan presentar.	• Difundir el Plan estratégico con todos los colaboradores • Aplicar el plan estratégico de acuerdo a los tiempos establecidos en el mismo • Evaluar el cumplimiento del plan estratégico				
	Adecuación de nuevos espacios para parqueaderos	Incrementar nuevos espacios para parqueaderos	El aumento de comerciantes al recinto ferial, ha generado un aumento en la cantidad de vehículos, lo que, al incrementar nuevos espacios para parqueaderos, se logra cubrir gran parte de la demanda que	• Identificar el lugar y el área que se necesitara para la adecuación de la nueva zona de parqueaderos • Tramites y permisos necesarios para llevar a cabo la adecuación. • Cotizar el personal idóneo	• Humano • Materiales • Financieros	$15.000		• Gerente • Mantenimiento • Contadora • Secretaria

			existe en los días de feria, permitiendo así mejorar el mal uso de los espacios y evitar el congestionamiento dentro del recinto ferial.	y la maquinaria necesaria. • Contratación del personal idóneo y maquinaria • Iniciar con el proceso para la implementación de la zona de parqueaderos • Llevar un control paulatino de avance y posibles contratiempos • Culminación e inspección de la nueva zona de parqueaderos • Apertura de la nueva zona de parqueaderos • Evaluación y corrección de posibles eventualidades				

				para el correcto funcionamiento.				
	Creación de un plan de marketing y diseño de página web	Diseñar un plan de marketing publicitario y diseño de página web para el CEMEAG	La implementación de un plan de marketing publicitario y diseño de página web para las instalaciones del CEMEAG nos permitirá a llegar cierto segmento de mercado con la información adecuada para nuestros futuros clientes y usuario.	• Realizar un análisis del entorno o situación del CEMEAG • Definir los objetivos del plan de marketing y diseño web • Definir las estrategias del plan de marketing y web • Fijar las tácticas y acciones • Calendarización de las actividades a realizarse • Presupuestar el plan de marketing y diseño de la web	• Humano • Materiales • Tecnológico • Financieros	$2800	6 mese	• Gerente • Contadora • Secretaria

				• Aprobación de modelo de plan de marketing y diseño web. • Ejecución del modelo de marketing y diseño de página web. • Realizar un sistema de control de seguimiento y cumplimiento de las actividades propuestas y ejecutadas. • Evaluación continua del plan de marketing y diseño web para el CEMEAG.				
	Implementación de medios	Implementar medios de cobros electrónicos en el área de facturación	Actualmente los medios de pagos electrónicos contribuyen no solo a las empresas sino a	• Establecer un modelo de cobros para feria. • Buscar los proveedores	• Humano • Materiales • Tecnológico • Financieros	$700	6 meses	• Gerente • Mantenimiento • Contadora • Secretaria

	de cobros electrónicos		los usuarios a que los cobros y pagos se efectúen con mayor agilidad y seguridad, evitando así posibles demoras y generando una salida más rápido de las instalaciones	del servicio para cobros en la feria. • Presupuestar el sistema para cobros • Escoger y aprobar el modelo para los cobros en la feria. • Probar el sistema de cobros en el área de facturación. • Probar la aplicación con el método de pago "de una" y trasferencias				
	Convenios con empresas privadas para la comercialización digital.	Establecer convenios con empresas privadas para la comercialización digital	Establecer relaciones comerciales entre el CEMEAG y las entidades privadas fortalecerá las coyunturas comerciales	• Buscar a que segmento de mercado digital voy a incorporar en la empresa. • Clasificación de subasta por razas de ganado	• Humano • Materiales • Tecnológicos • Financieros	$70.000	6 meses	• Gerente • Mantenimiento • Contadora • Secretaria

LARGO PLAZO			alcanzando a su vez un modelo de comercialización digital que incentive a otros usuarios a la compra y venta de ganado.	(Holstein, Brown Swiss y la Jersey) a través de la plataforma digital. • Identificar y clasificar a las empresas interesadas para la vinculación del proyecto de comercialización. • Cotizar y presupuestar el desarrollo del proyecto. • Aprobación de los recursos del proyecto de los convenios. • Llevar a cabo la implementación del desarrollo de convenio para la comercialización digital.				

	Planeación y creación de nuevos servicios	Diseñar un plan de comercialización de otras especies de animales	El desarrollo de un plan de comercialización de otras especies que se ofrezca en las instalaciones del CEMEAG aportará al incremento del sector agropecuario con la finalidad de tener alternativa de comercialización para nuestros usuarios	• Identificar qué tipo comercio de animales. • Programación semanal de comercialización de otras especies en la feria. • Calendarización según los días de feria miércoles: cerdos, ovejas, cabras y los días viernes con especies menores (gallinas, conejos y cuyes). • Logística y capacitación al personal para la nueva feria. • Difusión de la nueva feria por diferentes medios digitales.	• Humano • Materiales • Financieros	$1200	12 meses	• Gerente • Mantenimiento • Contadora • Secretaria

				• Realización de la feria. • Evaluación del desarrollo de la nueva feria				
	Implementación de nuevos sistemas de vigilancia y seguridad.	Implementar nuevos sistemas de vigilancia y seguridad	El desarrollo e implementación de los nuevos sistemas de vigilancia y seguridad para las instalaciones del CEMEAG aportará con el beneficio hacia nuestros usuarios y visitantes, solventando los problemas más comunes en ferias con el tema de la inseguridad, y dándoles la tranquilidad necesaria para la comercialización	• Identificar las áreas donde se requiere las instalaciones de vigilancia • Buscar proveedores del servicio de seguridad y vigilancia • Cotización de un sistema de seguridad y vigilancia e implantación. • Aprobación a la cotización asignada e implementarla. • Adquisición del nuevo servicio y equipos de seguridad. • Instalación y pruebas de los	• Humano • Materiales • Financieros • Tecnológicos	$3500	12 meses	• Gerente • Mantenimiento • Contadora

				equipos de seguridad.				

Fuente: *Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la Provincia de Tungurahua*
Elaborado por: *Moya & Ramírez*

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- Después de haber realizado la fundamentación teórica sobre la planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa, revisado diferentes fuentes bibliográficas se ha concluido que la planificación estratégica conjuntamente con la gestión administrativa van de la mano dentro de la organización, ya que nos permite la implementación de un plan con el fin de poder alcanzar los objetivos planteados y preparar a la organización para poder afrontar posibles cambios o problemas que se puedan presentar en el futuro, contando con los medios y recursos necesarios para poder asumirlos.

- En base a la aplicación de la encuesta a los colaboradores del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua, se pudo llegar a la conclusión de que la empresa no cuenta con un plan estratégico establecido, por ende no cuenta con una misión y visión que ayuden a encaminar a la empresa de manera óptima, de igual manera por medio del mismo instrumento aplicado se ha demostrado que la gestión administrativa es buena reflejando que el mayor punto favorable que posee es la comunicación, debido a esto la empresa se ha podido mantener activa en la actualidad.

- Por último, al establecer un modelo de planificación estratégica para el CEMEAG, se ha plasmado de manera técnica la estructura y el direccionamiento adecuado para que la empresa logre cumplir los objetivos que a lo largo de su trayectoria se han ido visualizando, de esta manera queda establecido un análisis tanto interno como externo de la situación actual que se encuentra la empresa, conjuntamente con el desarrollo de estrategias que permiten llevar a cabo el cumplimiento de estos objetivos, además se ha

demostrado que existe una gran relación entre la planificación estratégico para el control de la gestión administrativa demostrándolo estadísticamente con un valor de correlación de 0,858.

4.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Centro de Mercadeo Agropecuario de la Provincia de Tungurahua CEMEAG, tener en cuenta la aplicación del Plan Estratégico con la finalidad aprovechar de manera óptima los recursos que dispone y así cumplir sus objetivos planteados, reflejando así un excelente control en la gestión administrativa, garantizando que la empresa se pueda mantener y destacarse dentro del mercado competitivo que está en constante cambio.

- Desarrollar un plan estratégico para el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" de la provincia de Tungurahua, en donde podemos encontrar las bases fundamentales que debería tener la organización como una misión, visión, objetivos, políticas y las estrategias que a su vez le permitirá obtener un mayor rango de posicionamiento y realce tanto en lo profesional como en el ámbito empresarial.

- Se recomienda la implementación de este modelo de planificación estratégica para mejorar en el control de la gestión administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" de la provincia de Tungurahua, con la mayor brevedad posible, ya que esto ayudara al cumplimiento de sus objetivos y así la empresa se pueda mantener ante posibles conflictos que se puedan presentar, y pueda diferenciarse sobre otras empresas dentro del sector en el que se desarrolla.

BIBLIOGRAFÍA

Alipio, L., Anibal, R., Chahuaylla, S., Abdón, J., Camacho, P., y Yván, H. (2023). Gestión empresarial en el desarrollo de las MYPES en zonas mineras del Perú. *Revista venezolana de gerencia*, 17. https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.16

Álvarez, Á. J. (2019). *Importancia de implementar un proceso administrativo único para la administración pública.* Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6995/1/T3001-MDA-Mendez-Importancia.pdf

Alvarez, L. F. (2017). *Modelos de Gestión.* Fondo editorial Areandino. https://doi.org/https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1394/Modelos%20de%20Gesti%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., y Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis. *Revista Conrado, 70*(15), 354-360. https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v15n70/1990-8644-rc-15-70-354.pdf

Aponte, J. C. (2020). *Gestión Humana Integral.* Ediciones ECOE.

Arimany, E., Grau, S., Navarro, J. A., y Noguera, B. (2022). *La Autoprovisión Administrativa en la Gestión de servicios públicos.* Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S. A. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=118765

Avila, R. B. (2022). Especialista en Alta Gerencia. *Definiciones, Teorías y Estilos de Liderazgo en las Organizaciones.* Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Bogotá. https://doi.org/https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/43934/Boyac%C3%A1AvilaRocio2022.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Báez Hurtado, Y. (2018). *Guía para una investigación de campo.* Grupo Editorial Éxodo. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/153628?page=96

Báez Hurtado, Y. (2018). *Guía para una investigación de campo.* Grupo Editorial Éxodo. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/153628?page=111

Barrachina Andrés, A. M. (2022). *Todo Administración Local: Empleo público.* Wolters Kluwer España. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/219082?page=8

Bocanegra, D. (2019). *Como entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista.* Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/124954

Boero, C. (2020). *Organización Industrial.* Científica Universitaria. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/172501?page=5

Bologna, E. (2018). *Métodos estadísticos de investigación.* Córdoba: Brujas. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/106355?page=157

Borras Gómez, J. (2021). *La planificación estratégica del servicio de archivo y gestión documental Que es y como se implementa.* Ediciones Trea, S.L. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/184193?page=1

Buendia Giribaldi, A. R., Cano Lopez, M. G., Chirinos Maldonado, D. M., y Flores Ccanto, F. (2022). Planificación estratégica para el desarrollo social en Lima, Perú. *Revista Venezolana De Gerencia, 27*(8), 854-865. https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvglu

Cabrera, J. C. (2019). *La Administracion de Empresas una perspectiva desde el profesional mateista hacia el futuro.* Editorial Universitaria San Mateo. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/172414

Claudio Pérez, J. J., y Chuqui Tupiza, C. B. (2023). Modelo de planificación estratégica para mejorar la rentabilidad de la empresa distribuidora Suárez del cantón la Joya de los Sachas. *(Tesis de grado).* Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Conterón, E. G. (2012). *"La planificación estratégica y su influencia en la Gestión Administrativa de la Dirección de Recursos Humanos de la Universidad Técnica de Ambato".* Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Corbetta, P. (2023). *Metodolgía y técnicas de Investigación.* España: McGraw-Hill. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/229814

Diaz Muñoz, G. A., y Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estrategia para la gestón empresarial. *La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial, 30*, 19-36. https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2

Diaz Narváez, V. P., y Calzadilla Nuñez, A. (2016). Articulos cientificos, tipos de investigación y productididad cientifica en las Ciencias de la Salud. *Revista de Ciencias de la Salud, 14*(1), 115'121. https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56243931011

Espinoza Freire, E. E. (2018). La hipótesis En La investigación. *Mendive. Revista De Educación, 16*(1), 122-139. https://doi.org/https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1197

Fallet, A. G. (2020). *La naturaleza jurídica del proceso administrativo fiscal.* Ediciones Olejnik. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=104575

Fernández Guell, J. M. (2018). *Planificación estratégica de ciudades 2018.* Barcelona: Editorial Reverté Nueva edición revisada y aumentada Reimpresión. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/a/67954

Flores Tapia, C. E., y Flores Cevallos, K. L. (2021). PRUEBAS PARA COMPROBAR LA NORMALIDAD DE DATOS EN PROCESOS PRODUCTIVOS: ANDERSONDARLING, RYAN-JOINER, SHAPIRO-WILK Y KOLMOGÓROV-SMIRNOV. *Societas. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas, 23*(2), 83-97. https://doi.org/http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/341/3412237018/3412237018.pdf

Gallego, S. J. (2021). *Gestión Administrativa de Personal*. España: ICB Editores (Interconsulting Bureau S.L.). https://doi.org/ https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=124821

García, M. M., y Castro, A. P. (2017). La investigacion en Educación. *Scielo*, 13-40. https://doi.org/http://books.scielo.org/id/yjxdq/epub/mororo-9788574554938.epub

Izquiero, F. A., Verdú Beviá, F., y ohamed Salah, A. (2023). *Gestión Administrativa del Proceso Comercial*. España: IC Editorial. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/113019

Jones, G. R., y George, J. M. (2019). *Administración contemporánea / Gareth R. Jones, Jennifer M. George*. (10a ed.). México D.F: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Juárez Hernández, L. G., y Tobón, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Revista Espacios, 39*(53), 23. https://doi.org/https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf

Luque, F. J. (2021). *Gestión de Recursos Humanos*. ICB, S.L.

Macías, M. E. (2021). *Administración Estratégica*. Ediciones de la U.

Maldonado Piinto, J. E. (2018). *Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Edisiones de la U. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/70335?page=294

Miranda Beltrán, S., y Ortiz Bernal, J. A. (2020). Paradigmas de investigación: una aproximación teórica para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE Revista Iberoamericana de Investigación y Desarrollo Educativo, 11*(21). https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717

Molina Gómez, C., del Rey, A., Zangaro, M., Szlechter, D., Aparicio Rengifo, R., Rubio Gallardo, J., y Viafara Sandoval, H. (2020). *Alta dirección: discursos, escenarios y sujetos*. Editorial Bonaventuriana. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=124992

Monroy Mejia, M. d., y Nava Sanchezllanes, N. (2018). *Metodoliga de la Investigación*. Mexico: Grupo Editorial Exodo. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/172512

Moreno Salamanca, A., y Pinzón Ríos, C. (2020). *Dirección Empresarial ¿Cómo navegar en tiempos de crisis?* Universidad de La Sabana. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/165684?page=4

Münch, L. (2017). *Planeación Estratégica guia para elaborar planes estratégicos y de negocios exitosos.* Mexico: Editorial Trillas, S.A de C.V.

Ortiz, J. A. (2018). *Gestión del Recuerso Humano en las Organizaciones.* Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones Limitada.

Peirats Mecho, F., y Ninot Alagarda, P. (2020). *Gestión Administrativa del Comercio Internacional.* España: Marcambo, S.L. https://doi.org/https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/gestion-administrativa-del-comercio-internacional-7aed?location=4

Peña Ponce, D. K., Milligan Alvia, K., y Galarza Rodriguez, E. (2022). Gestión Administrativa y su aporte al desarrollo empresarial: Caso Cooperativa moto taxi de Puerto Lopez. *Revista cientifica dominiode las ciencias*, 16. https://doi.org/ http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2563

Peña Ponce, D. K., Sánchez Chancay, M. R., y Sancan López, L. T. (2022). Gestion Administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Recimundo, 6*(1), 120-131. https://doi.org/https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1626/2085

Perdiguero Jiménes, M. A. (2022). *Apoyo Administrativo a la gestión de Recursos Humanos.* España: IC Editorial. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/226882

Piedra, F., Fernando, J., Luna Altamirano, K., Sarmiento Espinoza, W., y Andrade Cordero, C. (2019). *Gestión Administrativa: Estudio desde la administracion de los procesos en una empresa de motoicletas y ensamblajes.* Bogotá: Visionario Digital. https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.406

Porras, A. P. (2020). *Dirección Estratégica con enfoque sistémico.* Edisiones de la U.

Quaranta, N. (2020). *Plan de Negocios.* Universidad Adventista del Plata. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/130238

Ramírez, M., y Tejada, L. (2020). *Gerencia estratégica.* Ramírez, M. & Tejada Betancourt, L. (Il.). (2020). Gerencia estratégica.. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/175881?page=27

Rodríguez Medina, M., Poblano-Ojinaga, E., y Tarango, L. (2021). Validación por juicio de expertos de un instrumento de evaluación para evidencias de aprendizaje conceptual. *Revista Iberoamericana para la investigación y el*

Desarrollo Educativo, 12(22). https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.960

Rodríguez-Rodríguez, J., y Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa. *Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa, 13*(2), 1-13. https://doi.org/https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048

Rumin Hermoso, J. M. (2019). *Gestión Administrativa del Proceso Comercial.* Bogotá: ICB Editores. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/127113

Sánchez Fontalvo, I. M., González Monroy, L. A., y Esmeral Ariza, S. J. (2020). *Metodologías Cualitativas en la Investigación Educativa.* Editorial Unimagdalena. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/170301

Sánchez Huerta, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO: el mejor y más completo estudio con 9 ejemplos prácticos.* Bubok Publishing S.L. . https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/189293?page=16

Santander, M., y Herrera, C. (2022). *La Organización y sus matices una versión sistématica.* Galo Ghigliotto G. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=124896

Schmidt, M. A., Tennina, M. E., y Obiol, L. C. (2018). LA FUNCIÓN DE CONTROL EN LAS ORGANIZACIONES. *Revista Centro de Estudios de Aministración CEA*, 23. https://doi.org/https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/download/1349/816/3665

Sierra, R. A., y Pinzón Lizarraga, L. M. (2017). *Liderazgo y Comportamiento Organizacional.* Editorial Trillas.

Solano, E. J. (2020). La Planeación estrategica como herramienta para incrementar la productividad y sostenibilidad. *(Tesis grado).* Fundación Universidad de América, Bogotá. https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7958/1/948211-2020-II-MBA.pdf

Soucie, D. (2021). *Administración, Organización y Gestión Deportiva.* Editorial INDE. https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/uta/177880?page=5

Trejos Rosero, L. F., Tuiran Sarmiento, Á. A., Badilo Sarmiento, R. A., y Mercado Ramos, A. M. (2020). *Gestion Administrativa local y paz territorial Un analisis a as subregiones PDET en el Caribe colombiano.* Barranquilla, Colombia: Ùniversidad del Norte. https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=101339

Vaca Holguin, G. B. (2020). La Planeación Estratégica en la Gestion Administrativa de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, periodo 2028. *(Tesis de grado).* Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6658/1/Tesis%20Gloria%20B.%20Vaca%20ING-COM.pdf

ANEXOS

Anexo 1 *Modelo de encuesta aplicado a los colaboradores Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los colaboradores del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.

- **Objetivo:** Diagnosticar cómo se encuentra la planeación estratégica y la gestión administrativa en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.

Instrucciones: Marque con una X según considere

1. **¿Conoce usted si el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con un plan estratégico?**

Si	No	Desconoce

2. **La comunicación en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es:**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

3. **¿El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con la Misión y Visión establecida?**

Si	No	Desconoce

4. **Los objetivos del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua son:**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

5. **¿La aplicación de políticas en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

6. **¿La planificación del uso de los recursos en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

7. **¿Se realiza un análisis de las oportunidades y amenazas existentes en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG?**

Siempre	Casi siempre	A veces	Pocas veces	Nunca

8. **¿La toma de decisiones en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

9. **¿La planificación de las actividades que se realizan en el Centro de Mercadeo Agropecuario- CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

10. **¿Cómo califica usted la gestión administrativa en la empresa del Centro de Mercadeo Agropecuario- CEMEAG de la provincia de Tungurahua?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

11. **¿El servicio de atención al cliente en el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" como lo considera?**

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésima

12. **¿Considera que, con el diseño de un plan estratégico, la gestión administrativa mejorará en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua?**

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo

***Anexo 2** Matriz de validación de contenido*

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO: JUICIO DE EXPERCTOS – MÉTODO DE V DE AIKEN

Tema de Investigación: "Planificación Estratégica para controlar la Gestión Administrativa del Centro de Mercadeo Agropecuario-Cemeag de la provincia de Tungurahua".

Objetivo General: Diagnosticar cómo se encuentra la planeación estratégica y gestión administrativa en el Centro de mercadeo agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua.

Asigne la puntuación de acuerdo con los siguientes parametros:

Parámetros y criterios de valoración

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al comprobante o dimensión específica del constructo.	1	No es relevante
	2	Medianamente relevante
	3	Relevante
	4	Es totalmente relevante

Claridad: Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.	1	Nada
	2	Medianamente Claro
	3	Claro
	4	Completamente Claro

Pertinencia: El ítem, corresponde al concepto teórico formulado.	1	Nada pertinente
	2	Poco pertinente
	3	Pertinente
	4	Totalmente pertinente

		Ítems	Análisis Cuantitativo												Sugerencias
			Relevancia				Claridad				Pertinencia				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1		¿Conoce usted si el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con un plan estratégico?													
2		La comunicación en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es:													
3		¿El Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua cuenta con la Misión y Visión establecida?													
4		Los objetivos del Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua son:													
5		¿La aplicación de políticas en el Centro de Mercadeo Agropecuario-													

		CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?													
6		**¿La planificación del uso de los recursos en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua como lo califica?**													
7		**¿Se realiza un análisis de las oportunidades y amenazas existentes en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG?**													
8		**¿La toma de decisiones en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?**													
9		**¿La planificación de las actividades que se realizan en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua es?**													
10		**¿Cómo califica usted la gestión administrativa en la empresa del**													

		Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua?													
11		**¿El servicio de atención al cliente en el Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" como lo considera?**													
12		**¿Considera que, con el diseño de un plan estratégico, la gestión administrativa mejorará en el Centro de Mercadeo Agropecuario-CEMEAG de la provincia de Tungurahua?**													

Anexo 3 *Validación de expertos evaluadores*

Experto 1

Recomienda la aplicación:	Si
Observaciones:	Ninguna.
Validado por:	Marcelo Mancheno Sosa
Lugar de trabajo:	U.T.A
Cargo que desempeña:	Docente
Teléfono celular:	0995983844.
E-mail:	mj.mancheno@uta.edu.ec.
Firma:	
Fecha:	

Experto 2

Recomienda la aplicación:	Si
Observaciones:	———
Validado por:	Soledad Sevilla Galarza
Lugar de trabajo:	U.T.A.
Cargo que desempeña:	Docente
Teléfono celular:	0998710743
E-mail:	ms.sevilla@uta.edu.ec
Firma:	M. Soledad Sevilla
Fecha:	19/Julio/2023

Experto 3

Recomienda la aplicación:	
Observaciones:	
Validado por:	Ing. Jacqueline Hurtado M.
Lugar de trabajo:	Universidad Técnica de Ambato
Cargo que desempeña:	Docente.
Teléfono celular:	0999677938.
E-mail:	jacqueline.hurtado@uta.edu.ec.
Firma:	
Fecha:	

Anexo 4 *Carta de compromiso*

CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 23 de mayo del 2023

Ing. Mba.
José Herrera Herrera.
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Administrativas

Yo, **Ing. Mauro Guzmán Mg.** en mi calidad de Gerente General del Centro de Mercadeo Agropecuario "CEMEAG" me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema **"PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA CONTROLAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL CENTRO DE MERCADERO AGROPECUARIO-CEMEAG DE LA PROVINCIA DE TUNGURAGUA"**. propuesto por los estudiantes **Alex Roberto Moya Chico** portador de la Cédula de ciudadanía **180507092-5** y **Carlos Eduardo Ramírez Flores** portador de la Cédula de ciudadanía **070658707-8**, estudiantes de la Carrera de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Ing. Mauro Guzmán
Cédula de Ciudadanía: 1802338457
Teléfono convencional: 032440870
Teléfono celular: 0996998483
Correo electrónico: mauro77guzman@yahoo.com