



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**LA GESTIÓN FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL
DESEMPEÑO LABORAL EN EL EMPRENDIMIENTO DEL
COMERCIAL MI MERCADITO DEL CANTÓN EL TRIUNFO.**

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

AUTOR: MARIO ANDRÉS RODRÍGUEZ ESPINOZA.

DIRECTOR: ING. JOFRE EDGAR BOZA AGUIRRE.

LA TRONCAL - ECUADOR

2023

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**LA GESTIÓN FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO
LABORAL EN EL EMPRENDIMIENTO DEL COMERCIAL MI
MERCADITO DEL CANTÓN EL TRIUNFO.**

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

AUTOR: MARIO ANDRÉS RODRÍGUEZ ESPINOZA

DIRECTOR: ING. JOFRE EDGAR BOZA AGUIRRE

LA TRONCAL - ECUADOR

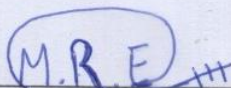
2023

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Mario Andres Rodriguez Espinoza portador(a) de la cédula de ciudadanía N° 0957992969. Declaro ser el autor de la obra: **“LA GESTIÓN FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL EMPRENDIMIENTO DEL COMERCIAL MI MERCADITO DEL CANTON EL TRIUNFO”**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

La Troncal, 27 de septiembre del 2023



Mario Andres Rodriguez Espinoza
C.I. 0957992969

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – LA TRONCAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

La Troncal, 18 de septiembre del 2023.

Sección: UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN.

Asunto: Aprobación de presentación del Trabajo de Titulación.

Ing.

Carlos Orellana Orellana, MBA.

UNIDAD DE TITULACIÓN – ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA.

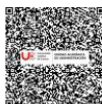
De mi consideración:

El suscrito tutor del trabajo de titulación, con un atento y cordial saludo me dirijo a usted para desearle éxitos en sus funciones diarias, y a su vez certificar que el trabajo de **“LA GESTIÓN FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL EMPRENDIMIENTO DEL COMERCIAL MI MERCADITO DEL CANTÓN EL TRIUNFO”** desarrollado por **MARIO ANDRÉS RODRIGUEZ ESPINOZA**, con cédula de identidad No **0957992969**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple con las normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Particular que hacemos de su conocimiento para los fines legales consiguientes, suscribo, no sin antes exteriorizar nuestra consideración.

Atentamente.

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO.



ING. JOFFRE BOZA
AGUIRRE
DOCUMENTO
FIRMADO
DIGITALMENTE
La Troncal - Ecuador

Lcdo. Joffre Boza A, MGS.
TUTOR DE TESIS

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todo el personal y al Ing. Luis que hacen del Comercial Mi Mercadito, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento comercial.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Católica de Cuenca Extensión la Troncal, a toda la unidad de Administración de Empresas, a mis docentes que han sido parte de mi camino universitario, y me han exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título, les agradezco por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. Sin ustedes los conceptos serían solo palabras y palabras.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Ing. Jofre Boza Aguirre y al Ing. Fernando Orellana Orellana, principales colaboradores durante todo este proceso, por su dedicación, paciencia, sin sus correcciones precisas no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Gracias por sus guías y todos sus consejos, los llevare grabados para siempre en la memoria y en mi futuro profesional.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico en primer lugar a Dios ya que ha sido mi guía, mi fortaleza, fidelidad y amor en el día a día de mi camino, que ha estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis padres Ana Espinoza y Mario Rodriguez, que con su amor me han brindado su apoyo condicional, paciencia y esfuerzo para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos, ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades que se me han presentado, me han permitido llegar y cumplir un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer los peligros porque Dios está conmigo siempre.

A mis hermanas Magaly, Melissa y Gabriela por su amor y apoyo condicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, gracias por sus consejos, oraciones, palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar mi tesis a los Ingenieros (as), amigos, por apoyarme cuando más los necesitaba por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, verdad mil gracias, siempre los llevare en mi corazón.

Resumen

La investigación trata de algo decisivo para el éxito de cualquier emprendimiento, como es la gestión financiera, sobre todo relacionado al desempeño laboral y la capacidad para generar ingresos. Se describe desde posiciones científicas en el marco teórico los criterios sobre la gestión financiera haciendo referencia al conjunto de procesos y actividades que se genera a la hora de administrar los recursos financieros de una empresa, maximizando la rentabilidad y minimizando los riesgos. El objetivo de este estudio es analizar la gestión financiera y evaluar su impacto en el desempeño laboral de los empleados del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo. La investigación hace cumplir los objetivos propuestos al develar el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral de los empleados mediante el empleo de la Metodología de 360 grados, siendo una eficaz herramienta que logra motivar a los empleados al crear un ambiente laboral seguro, aumentando su confianza en el futuro y su compromiso con la misma. También, se hizo uso de técnicas y métodos investigativos como la observación, la encuesta y el Método Delphy constatando la factibilidad del empleo de la Herramienta determinando los lapsus de incertidumbre, estrés y desmotivación en los empleados, ya que puede impactar negativamente en su desempeño laboral. En este sentido, a modo de conclusiones el estudio logró analizar cómo la gestión financiera influye en el desempeño laboral de los empleados del emprendimiento y cómo se pueden implementar estrategias eficaces para mejorarla en el comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo

Palabras Claves: Gestión Financiera, Metodología 360, Desempeño Laboral, Emprendimiento Comercial.

Abstract

The research focuses on a crucial aspect of the success of any entrepreneurship, which is financial management, especially in relation to job performance and the ability to generate income. From a theoretical framework, the criteria for financial management are described from a scientific perspective, referring to a set of processes and activities involved in managing a company's financial resources that seek to maximize profitability and minimize risks. This study aims to analyze financial management and assess its impact on the employees' job performance at "Mi Mercado," a commercial enterprise in El Triunfo canton. The research achieves its objectives by revealing the impact of financial management on employee performance with the aid of the 360-degree Methodology, an effective tool that motivates employees by creating a safe work environment, increasing their confidence in the future, and enhancing their commitment to the organization. Additionally, investigative techniques and methods such as observation, surveys, and the Delphi Method were employed to assess the feasibility of using this tool, identifying periods of uncertainty, stress, and demotivation among employees, as these factors can negatively affect their job performance. In conclusion, this study successfully analyzes how financial management influences the employees' job performance in the entrepreneurial context and proposes effective strategies for improvement within "Mi Mercado" in El Triunfo canton.

Keywords: Financial Management, 360-degree Methodology, Job Performance, Commercial Entrepreneurship.

ÍNDICE

RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INDICE DE FIGURAS.....	11
INDICE DE TABLAS.....	12
INTRODUCCIÓN	13
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Antecedentes y contextos del fenómeno a estudiar	15
1.1.1 Hechos actuales que contextualizan el problema.....	15
1.1.2. Causas y consecuencias del problema de la investigación	16
1.1.3. Mapa conceptual del planteamiento del Problema	17
1.2 Preguntas de Investigación.....	17
1.2.1. Pregunta principal.....	17
1.2.2. Preguntas secundarias.....	17
1.3. Objetivos de investigación	18
1.3.1. Objetivo principal.....	18
1.4 Justificación	18
1.5 Delimitación de Estudio.....	19
1.5.1 Espacial.....	19
1.5.2 Demográfico	19
1.5.3 Temporal	19
2 MARCO TEÓRICO	20
2.1 Antecedentes teóricos.....	20
2.2 Relación teórica de la variable dependiente con la independiente	21
2.3 Acercamiento al turismo.....	27
CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA	31
3.1 Tipo de investigación.....	31
3.2 Descripción del Metodo Delphy o Criterio de Especialista	32
3.2.1 Método de Especialista: Prueba Inicial y Final	32
3.3 Descripción de las Herramientas de Análisis.....	35
3.3.1 Guía de observación	36

3.4 Descripción de la Planificación de las Fases de Investigación.....	38
3.5 Descripción de la encuesta aplicar	42
3.6 Tratamiento de la información	43
3.7 Fundamentación de la metodología SERVQUAL	45
3.8 Descripción del modelo.....	47
3.9 Descripción de catastro.....	48
4. RESULTADOS	52
4.1 Contexto del Comercial Mi Mercadito.....	52
4.2 Misión	53
4.3 Visión.....	53
4.4 Descripción de los componentes de estructuras y funciones del comercial “Mi Mercadito”	54
4.5 Descripción y definición de la Metodología 360°	55
4.6 Aplicación de la encuesta sobre la necesidad de la Metodología 360 grados.....	66
4.7 Aplicación de la encuesta a los trabajadores	68
4.8 Plan estratégico de implementación de la metodología 360 grados.....	73
5. ANÁLISIS	86
5.1 Conclusiones	86
5.2 Recomendaciones	87
Referencias Bibliográficas.....	89
ANEXOS.....	92

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas.....	17
Figura 2. Modelo de evaluación del cliente sobre la calidad del servicio	47
Figura 3. Ubicación del comercial Mi Mercadito	53
Figura 4. Esquema de estructuras y funciones del comercial “Mi Mercadito”	54
Figura 5. Esquema sobre el proceso base de la Metodología 360°	55
Figura 6. Proceso de retroalimentación de la red de evaluadores.....	59
Figura 7 Aplicación de la Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito.....	68
Figura 8 Reconocimiento de la Metodología 360 Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito.....	69
Figura 9. Experiencia práctica de la Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito.....	70
Figura 10 La Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito incide en el desempeño laboral	71
11. Incidencia de la evaluación práctica de la Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito por terceros.....	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Norma de Calificación	34
Tabla 2 Coeficiente de competencia (α) de los especialistas preseleccionados	39
Tabla 3 Evaluación Realizada por los Expertos de los Aspectos Propuestos.	40
Tabla 4 Matriz de Frecuencias Acumuladas	41
Tabla 5 Matriz de Frecuencias Relativas Acumuladas	41
Tabla 6 Matriz de Valores de Abscisas	41
Tabla 7. Constatación de aspectos observados.....	76
Tabla 8. Significado de la Escala Likert para interpretar la satisfacción del cliente.....	77
Tabla 9 Determinación del tamaño de la muestra	78
Tabla 10 Frecuencia de medición para cada área evaluada	78
Tabla 11 Plan de aplicación de cuestionarios en la prestación de servicios en el comercial.	79
Tabla 12. Promedio general del área de Catastro.....	80
Tabla 13. Promedio general del área de Ingresos	82
Tabla 14. Obtener el Índice de Calidad	83
Tabla 15. Obtención del nivel de satisfacción del cliente	84
Tabla 16. Valor de lo recibido por el cliente con respecto a sus expectativas.	84

INTRODUCCIÓN

La gestión financiera es un aspecto fundamental para el éxito de cualquier emprendimiento comercial, ya que afecta directamente la capacidad de la empresa para generar ingresos y mantener una base financiera sólida. En el caso del emprendimiento "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo, la gestión financiera es crucial para garantizar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

En este contexto, el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral de los empleados de "Mi Mercadito" es un tema de gran relevancia. Una gestión financiera eficaz puede motivar a los empleados al crear un ambiente laboral estable y seguro, aumentando su confianza en el futuro de la empresa y su compromiso con la misma. Por otro lado, una gestión financiera deficiente puede generar incertidumbre, estrés y desmotivación en los empleados, lo que a su vez puede impactar negativamente en su desempeño laboral.

En este sentido, es importante analizar cómo la gestión financiera influye en el desempeño laboral de los empleados de "Mi Mercadito" y cómo se pueden implementar estrategias eficaces para mejorarla. El objetivo de este estudio es analizar la gestión financiera en el contexto específico de "Mi Mercadito" y evaluar su impacto en el desempeño laboral de los empleados. Se explorarán las mejores prácticas en la gestión financiera, así como las estrategias y herramientas utilizadas para mejorar el desempeño laboral en este contexto particular. Al final, se espera obtener una comprensión más profunda de cómo la gestión financiera puede influir en el desempeño laboral en el contexto de "Mi Mercadito" y cómo se puede utilizar para lograr mejores resultados en este emprendimiento comercial.

La metodología 360 grados es una herramienta de evaluación de desempeño que permite obtener información valiosa sobre el desempeño de los empleados de una empresa. Esta metodología involucra a múltiples actores en la evaluación del desempeño de un empleado, incluyendo a sus superiores, colegas y subordinados.

En el contexto del emprendimiento "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo, la metodología 360 grados puede ser una herramienta útil para evaluar el desempeño laboral de los empleados. Al involucrar a múltiples actores en la evaluación, se pueden obtener diferentes perspectivas sobre el desempeño de un empleado, lo que puede proporcionar información valiosa para mejorar su desempeño y motivación.

El objetivo de este estudio es analizar el impacto de la metodología 360 grados en el desempeño laboral de los empleados de "Mi Mercadito". Se evaluará cómo la implementación de esta metodología afecta la percepción de los empleados sobre su desempeño, su motivación y compromiso con la empresa. Además, se analizarán los desafíos y limitaciones de la implementación de esta metodología en el contexto específico de "Mi Mercadito".

Para llevar a cabo este estudio, se utilizarán herramientas de recolección de datos, como entrevistas a empleados y encuestas de satisfacción laboral. Los datos recopilados se analizarán mediante técnicas de análisis estadístico y cualitativo para evaluar el impacto de la metodología 360 grados en el desempeño laboral de los empleados de "Mi Mercadito". Al final, se espera obtener una comprensión más profunda de cómo la implementación de la metodología 360 grados puede afectar el desempeño laboral de los empleados en el contexto de "Mi Mercadito" y cómo se pueden utilizar estas herramientas para mejorar la motivación y compromiso de los empleados en este emprendimiento comercial.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes y contextos del fenómeno a estudiar

1.1.1 Hechos actuales que contextualizan el problema

El investigador Maslow, (1943) afirma que todas las personas tienen un conjunto de necesidades fundamentales que son innatas a su relación con otras personas y se dividen en cinco categorías: de parquedad funcional, de seguridad social, de estima y de autorrealización. Estas categorías están representadas gráficamente por una pirámide. Según el Programa para la Promoción de Salud y Bienestar en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que incluye el manejo del estrés para la prevención de riesgos psicosociales, esta es la razón por la cual los empleados tienen impulsos psicológicos y motivacionales para desarrollarse profesionalmente en un entorno con condiciones ergonómicas que incluyen un ambiente de trabajo favorable.

Dado que actualmente todos están condicionados a evaluar todo lo que hacen a lo largo del día, incluso en el trabajo, la evaluación del desempeño de los participantes ahora es esencial para las organizaciones y ha evolucionado con el tiempo de acuerdo con cómo ha cambiado cada empresa, no sorprende que este comportamiento se ha vuelto más frecuente.

En el surgimiento de las Formaciones Económicas Sociales la fabricación textil, en Escocia se convirtió en donde se impulsaron los movimientos obreros británicos, fue la primera evolución donde se pudo presenciar el proceso bajo el criterio de desempeño y rendimiento diario de los trabajadores de la fábrica con un solo sistema. Cada empleado recibió un diario para registrar los comentarios diarios de sus gerentes sobre qué tan bien pensaban que lo estaban haciendo, con secciones etiquetadas con secciones de colores.

Desde entonces, las industrias han comenzado a medir las habilidades y destrezas requeridas para cada puesto específico, también analizan el desempeño de los empleados, y luego usarán esa información para comparar los distintos perfiles y el desempeño de los trabajadores. Inicialmente, se requería que las empresas evaluarán a sus empleados anualmente y estas técnicas estaban volviendo más sofisticadas.

Al juzgar el desempeño frente a la competencia, consideraron factores más profundos como el trabajo en equipo, la comunicación con los demás y el servicio al cliente además de

los productos que se produjeron, es decir, si se requerían más aspectos que estuvieran más profundamente orientados. Más allá de los resultados, el compromiso de los colaboradores tiene un impacto significativo en el desempeño de su trabajo. Esto se debe a que el desempeño, puede colocarse en estándares de clasificación de muy satisfactorio o excelente, depende en gran medida a los criterios que se determinen como eficiencia desde la dirección administrativa de la empresa; esta debe desarrollar acciones productivas y gerenciales que beneficien la competitividad y el un buen clima laboral.

1.1.2. Causas y consecuencias del problema de la investigación

El rendimiento de los empleados constituye un valor esencial para las empresas, independientemente del puesto que desempeñe, el bienestar económico se relaciona con el bienestar emocional de los trabajadores esto afecta en una forma directa que llegaría a reducir la productividad hasta en un 40%, este sería una de las causas que produce un valor tan relevante como el rendimiento en el prosperidad desde el contexto emocional y desde el contexto físico de las personas que forman la organización, ya que esto podría ser algo difícil de mantener o controlar porque estamos expuestos a sufrir un estrés o atravesar dificultades personales.

Para determinar si hay una caída en la productividad dentro de la organización se precisa de determinar los principales procedimientos para realizar la medición de la productividad, al ejecutarlo posibilita a los administrativos gerenciales diagnosticar y obtener información precisa de este indicador. Para hacer esto, se determina el objetivo y se realiza una comparación de los resultados del trabajo de cada empleado en la organización., esto podría tener su origen en diferentes causas como podrían ser falta de motivación. El lugar de trabajo desagradable, la insatisfacción laboral, las interrupciones, las circunstancias personales, una cantidad excesiva de trabajo. Estos factores son las causas potenciales que podrían tener un impacto en un trabajador en cualquier industria, pero algunas personas pueden manejar una gran carga de trabajo sin problemas, pero llevan a cabo el proceso laboral con responsabilidad.

En correspondencia a lo expresado se muchas empresas han sido objeto de estudio y se ha apreciado las graves consecuencias del estrés laboral en los empleados dentro de las organizaciones empresariales, entre las que sobresalen: desarrollo de enfermedades y patologías, problemas motores y cognitivos, diversos trastornos, desde inmunológicos hasta sexuales, graves trastornos psicológicos que en algunos casos pueden conducir al suicidio.

Desde la perspectiva de las empresas, el estrés laboral es un mecanismo a considerar, ya que sus efectos pueden ser peligrosos, y ocasionar estas enfermedades de forma permanente.

1.1.3. Mapa conceptual del planteamiento del Problema

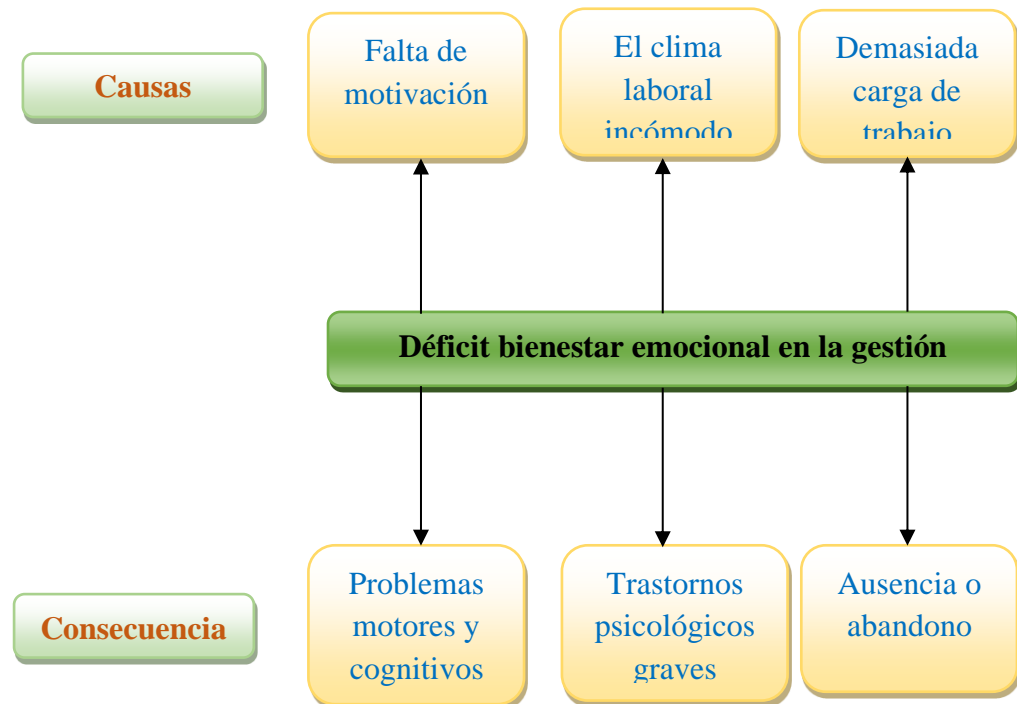


FIGURA 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS

Elaborado por: Mario Rodríguez

1.2 Preguntas de Investigación

1.2.1. Pregunta principal

¿Cómo impacta la gestión financiera en el desempeño laboral en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo?

1.2.2. Preguntas secundarias

¿Cuáles son los factores desempeño laboral que inciden en la gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón el Triunfo?

¿Cuál es el nivel de eficiencia de la gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo?

¿Cuáles serán los niveles de eficiencia de la gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo?

1.3. Objetivos de investigación

1.3.1. Objetivo principal

Determinar el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo.

1.3.2 Objetivos secundarios

- Determinar los factores que inciden en el desempeño laboral y de gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo.

- Analizar el nivel de eficiencia de la gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo.

1.4 Justificación

Chiavenato (2009) afirma que la gestión incluye aspectos de las políticas empresariales, la disposición y las acciones que deben realizar los empresarios para resolver problemas en su estudio sobre el nivel de eficiencia y gestión empresarial. Estos procedimientos de planeación estratégica y organizacional, así como la supervisión y pronta ejecución de cada una de estas acciones, están íntimamente relacionados con los procesos y normas financieras, contables y productivas; las que tienen un estrecho vínculo con los aspectos administrativos, en cuanto a las funciones relacionadas con la administración, contabilidad, gestión y finanzas.

De acuerdo con Mayett Moreno, Zuluaga Muñoz y Guerrero Cabarcas (2022), esta investigación ofrecerá una herramienta suficiente para establecer la evaluación del desempeño laboral en la gestión financiera en el Cantón El Triunfo y sus índices de desempeño de los trabajadores, lo que servirá para potenciar y crear planes y políticas. Siendo la consecución de resultados lo más determinante en la valoración del desempeño laboral y productivo porque los trabajadores logran convertirse en entes activos. Según Montoya (2009), definir los climas y ampliar el alcance de las competencias profesionales es necesario para que las organizaciones sean competitivas. Esto asegurará que los miembros del personal se desempeñen bien en relación con la aplicación de competencias. Estos elementos fomentan la mejora del liderazgo y la productividad.

Actualmente, esta investigación es fundamental para que las industrias desarrollen mecanismos de mejora continua de la gestión financiera, siendo los colaboradores el verdadero motor de la misma; sin ellos, podríamos decir que no tendríamos una empresa, ya que el principal activo de una industria no es más que su factor humano, más que la maquinaria y el capital que posee.

1.5 Delimitación de Estudio

1.5.1 Espacial

La investigación estará en correspondencia a las normativas exigidas por la Universidad Católica de Cuenca, extensión La Troncal, en correspondencia al período lectivo asignado. Se presenta un esquema que se corresponde al perfil indicado. Se sustentará en base a textos, Tesis, libros y artículos que correspondan a los últimos cinco años en más de un 70% partiendo de considerar que el proyecto de tesis es de factibilidad y pertenencia social, contemplado desarrollo de aspectos teóricos y técnicos de la Contabilidad, la administración y las finanzas.

1.5.2 Demográfico

El proyecto propuesto se encuentra ubicado en el cantón El Triunfo, caracterizado por ser un emprendimiento comercial, denominado como “Mi Mercadito”. Este tiene como objeto el sector central del comercio del cantón. Estableciendo con el desarrollo de sus servicios a beneficiarios al sector comercial y los negocios contables.

1.5.3 Temporal

Los fundamentos que coexistirán considerando el período 2023-2024, donde se delimita el núcleo de la temática investigativa en el desempeño laboral. Se obtendrán datos de fuentes primarias y secundarias. Estableciendo los análisis estadísticos y porcentuales con empleo de escala Likert. Se pretende que el estudio tenga una factibilidad de aplicación de 5 años.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes teóricos

El primer caso registrado de gestión financiera se remonta a principios del siglo XIX. La teoría económica surgió como un campo de estudio junto con el desarrollo de la industria, y Adam Smith desarrolló el llamado modelo clásico en su innovador libro *The Wealth of Nations*, que se publicó en 1776. Examina las diferentes formas en que los mercados influyen en la economía y que permiten fomentar un rápido crecimiento económico en ella. En ausencia de mercados centralizados con influencia social, también muestra cómo los sistemas de precios de mercado pueden coordinar a individuos y empresas, por ejemplo:

Máquina de vapor Watt, construida en 1779. Batería de 1800 voltios la primera línea de ferrocarril o locomotora (1825). Los autores (Merino, Benites, Barrios y Huaman) demuestran la importancia de Adam Smith y David Ricardo, dos economistas clásicos a quienes se atribuye el desarrollo de algunas de las teorías más significativas de la gestión económica. El año es 2021. Pudieron describir la economía capitalista del período de industrialización a través del análisis. Así, el desarrollo de la economía moderna depende de los hallazgos de obras como *La naturaleza y causa de la riqueza y los estados* (1776) y *Principios de economía política y fiscalidad* (1817). El patrón oro era el sistema monetario más importante en uso en ese momento, y las únicas mercancías negociadas en los mercados internacionales eran materias primas, insumos para la producción, conceptos utilitarios y paradojas de valor. (Instituto de Economía, 2012).

Recuerde que la palabra "valor" tiene dos significados distintos: a veces se refiere a la utilidad de un artículo específico y otras veces se refiere a la oportunidad que le da el artículo de comprar otros artículos. El primero podría llamarse "valor de uso" y el segundo "valor de cambio". En esta sección, Smith sigue usando los ejemplos del agua y los diamantes para mostrar que no existe una correlación entre la utilidad y el valor de cambio y que las cosas con altos valores de utilidad también pueden tener muy poco valor de cambio. Esto se conoce como la paradoja del valor y algunos detractores la han usado para argumentar que Smith no ofreció una teoría utilitaria del valor (Prieto, 2003).

2.2 Relación teórica de la variable dependiente con la independiente

Gestión Financiera

Según (E.Y.Empresarios, 2017) sobre Gestión Financiera, la conceptualiza como:

Para realizar las inversiones necesarias a corto y largo plazo, movilizar recursos de manera efectiva. A largo plazo se refiere a la asignación de los recursos necesarios para el ciclo operativo de una empresa de inversión a largo plazo durante un período de más de un año. Por lo tanto, la gestión financiera a largo plazo implica hacer planes para el futuro de la empresa, averiguar cómo invertir lo suficiente en activos fijos para evitar la subutilización, controlar la rentabilidad autogenerada e intentar optimizarla (p. 8).

Tanto las inversiones a largo como a corto plazo son posibles con la movilización de recursos. La asignación de recursos se completa de esta forma hasta la conclusión del ciclo operativo. Para que sea posible planificar e invertir de acuerdo con los activos fijos, se debe fortalecer la gestión financiera. Su objetivo es evitar la subutilización de los recursos asignados para producir rentabilidad mediante la optimización de todos los aspectos de la gestión financiera.

Plan estratégico

La planificación estratégica es un proceso que permite a una empresa anticipar el futuro de manera proactiva en lugar de reactiva porque alienta a la gerencia a comprender el entorno operativo y modificar las operaciones según sea necesario (Cucchiari, 2019). El análisis de la cartera de productos de la empresa es un paso crucial en el proceso de planificación estratégica. Este análisis es valioso porque dirige la gestión, permite ajustar la visión a corto plazo y mantiene un equilibrio entre la acción y la rentabilidad inmediata y el qué hacer. Quienes planifican el futuro priorizan la distribución de los recursos humanos y financieros, diferencian la estrategia empresarial, establecen un lenguaje común dentro de la organización y fijan objetivos visibles para impulsar la motivación y facilitar el control.

Según F. David (1999) dice lo siguiente sobre la planificación estratégica.

El impulso general o la dirección para la toma de decisiones se establecen a través del proceso de planificación estratégica. La planificación estratégica tiene cinco componentes distintos que se pueden dividir según sus funciones: misión, oportunidades especiales, objetivos, políticas y decisiones operativas (F. 1999 David, p. 7). Así estratifica el autor la función de la planificación estratégica.

Para definir los objetivos operativos asociados a la estrategia de negocio se deben priorizar los siguientes objetivos operativos: costo, calidad, tiempo de entrega y flexibilidad. Todas las

actividades reciben dirección a la luz de la visión y la realidad. Muestre los objetivos y estándares de la organización o empresa. Los objetivos futuros y otros requisitos de la organización apuntarán a satisfacer estos componentes.

Objetivos: Los resultados esperados de la actividad a corto y largo plazo deben expresarse de manera concreta y cuantificable. Lo que hace que el negocio sea único en comparación con sus rivales en el mercado en particular.

Política: Resuma los métodos para lograr los objetivos; Decisiones estratégicas que influyen en las opciones relacionadas con el proceso, la capacidad, el inventario, la mano de obra y la calidad. Davids (1999). Sin embargo, Henry Mintzberg (1993) definió la estrategia de la siguiente manera en su libro *Processes, Concepts, Context and the Case for Strategy*: Es un patrón o plan que se crea al integrar los objetivos y políticas principales de la organización, una secuencia bien planificada de acciones legislación (Mintzberg, 1993).

Una estrategia bien diseñada ayuda a combinar y asignar los recursos de la organización teniendo en cuenta sus características específicas y debilidades internas, lo que permite la creación de escenarios hipotéticos únicos que anticipan posibles cambios ambientales y posibles comportamientos de resistencia. Una vez que se establece la política, ahora debemos definir un conjunto de términos que son parte del proceso político más amplio. Las habilidades gerenciales en una organización son la capacidad para llevar a cabo tareas específicas y administrar procedimientos. Estos incluyen la capacidad de gestionar las tareas administrativas de la empresa, prevenir crisis y tomar medidas rápidas para abordar los problemas a medida que surjan (<http://www.euroinnova.ec>, 2023).

Puede mejorar sus habilidades de gestión con experiencia práctica y capacitación en liderazgo. Los gerentes necesitan habilidades interpersonales para llevarse bien con sus compañeros de trabajo y tratar bien a los subordinados como parte de la gestión empresarial al hacer coincidir cada función con su área de especialización. Para que la gestión tenga éxito, se necesitan habilidades técnicas, interpersonales, gerenciales y conceptuales. Estas tres habilidades deben desarrollarse para ser un líder de planificación exitoso (www.euroinnova.ec, 2023).

Tener la capacidad de planificar es una parte crucial de ser gerente. Esta es la capacidad de organizar el trabajo de acuerdo con pautas predeterminadas mientras se opera dentro de los límites del tiempo disponible y los recursos financieros y humanos. Además, describe el proceso de creación de un plan de acción, estrategia o colección de estrategias para cumplir y lograr metas u objetivos específicos con la ayuda de los recursos disponibles.

Las habilidades de comunicación efectiva son esenciales para los gerentes para que los equipos puedan trabajar juntos de manera cohesiva y se pueda evaluar el nivel de intercambio de información entre ellos. La comunicación implica el flujo de información dentro de una organización y contribuye a su buen funcionamiento, ya sea formal o informal, oral o escrita, vertical u horizontal. Un gerente con habilidades de comunicación puede lograr fácilmente los objetivos establecidos por la empresa porque puede forjar fuertes lazos con su equipo (<http://www.euroinnova.com>, 2023).

Las mejores decisiones pueden conducir al éxito de la organización, pero las equivocadas pueden conducir al fracaso o al desempeño deficiente. Para que la organización funcione con éxito y eficiencia, las decisiones deben tomarse con claridad y precisión. Un líder debe ser responsable de cada decisión que toma y estar dispuesto a asumir la responsabilidad por los resultados de esas decisiones. (www.2023; Euroinnova.com).

La transferencia de responsabilidades y/o autoridad relacionada con el trabajo a subordinados u otros empleados se conoce como delegación. Es un proceso que le permite reasignar sus propias tareas o las de sus empleados a la luz de la carga de trabajo actual. Al dar a los trabajadores la responsabilidad de ciertas tareas, los gerentes pueden aumentar la producción, responsabilizar a los empleados y reducir el tiempo perdido. Los gerentes deben ser expertos en la delegación si quieren lograr los mejores resultados y los resultados de productividad deseados.

Un buen líder debe ser capaz de abordar los problemas comunes a medida que surgen y encontrar soluciones. Los profesionales de la gestión primero deben identificar el problema o la situación precisa en cuestión para resolverlo y encontrar la mejor solución.

La motivación de una persona puede tener un impacto en su comportamiento o en la respuesta deseada de algunas partes interesadas. La estrategia de motivación más efectiva a utilizar dependerá de la cultura del equipo, la organización y el sector, y los gerentes pueden elegir entre una variedad de enfoques diferentes. (www. Euroinnova. CE, 2023). Según Villalaz (1999), la competencia de liderazgo es la combinación de habilidades, conocimientos e inteligencia que permite personas para persuadir a otros sin recurrir a la fuerza para lograr objetivos de manera efectiva, eficiente y exitosa.

Es necesario iniciar acciones estratégicas teniendo en cuenta:

- Los fundamentos de la gestión.
- Tome una decisión sobre el futuro que desea.
- Es una "película" que describe los desarrollos que queremos ver dentro de nuestra empresa.

- es el proceso de establecer una conexión entre la situación actual y la situación deseada (Villalaz, 1999).

Conocimiento de gestión.

Sobre la gestión de conocimiento se precisa de las competencias directivas en Buchele (2014). Se establece que los altos directivos deben poseer las habilidades, conocimientos y competencias necesarios para gestionar con eficacia las operaciones diarias, la gestión, la coordinación y la cooperación, para influir en los empleados o para llevar a cabo un trabajo continuo con comunicación, supervisión y, lo que es más importante, motivación (Buchele, 2014).

Las habilidades gerenciales superiores son esenciales para administrar las operaciones diarias, dirigir, coordinar y trabajar con integridad, influir en los empleados o llevar a cabo el trabajo continuo a través de la comunicación, la supervisión y, lo que es más importante, la motivación. Estas competencias son un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que poseen los talentos de nivel medio y alto para realizar con eficacia, eficiencia y eficacia la gestión administrativa y financiera bajo el liderazgo de un equipo de trabajo y lograr resultados exitosos. Alineación con los objetivos estratégicos de las instituciones (Buchele, 2014).

Las personas son las unidades más importantes en una organización. Por esta razón, las organizaciones del sector público buscan una adecuada inversión en capital humano. Para desarrollar una dirección estratégica eficaz y eficiente de la organización que intente materializar los talentos potenciales a través de las habilidades internas y externas de los directivos, esta dirección debe contar con un equipo directivo con las mejores habilidades de gestión de personas y liderazgo. (Vega, Artieda, and Guarnizo. Vayas and, 2021).

Un gerente necesita una variedad de habilidades para llevar a cabo sus deberes en un negocio, que incluyen: trabajo en equipo, buena toma de decisiones, resolución de problemas dentro y fuera del negocio, comunicación efectiva, manejo del tiempo y el espacio, manejo de las emociones, competitividad, conocimiento técnico, la mano de obra es esencial y experiencia laboral que incluye habilidades técnicas, operativas, conceptuales e interpersonales.(Arroyo, 2012)

Habilidades técnicas

Las habilidades técnicas se consideran habilidades duras, es decir, habilidades adquiridas gradualmente a través de la educación, la formación, los estudios universitarios y de posgrado, la experiencia laboral. Deben integrarse a los procesos, procedimientos y métodos de cada individuo e institución (Doyle, 2017). Las habilidades técnicas que conllevan a la necesaria formación y especialización de cada campo de acción. Esta que son adquiridas mediante un

proceso de aprensión de enseñanza-aprendizaje la cual en la práctica dota al trabajador de la organización y la experiencia laboral.

El desarrollo profesional en campos intermedios y avanzados está asociado a una gran responsabilidad y retos, los cuales deben estar bien informados y suficientemente preparados a través de la formación profesional y la formación a largo plazo en los campos de conocimiento relevantes para poder desempeñar el trabajo con plena eficacia. (Terry, 2014) Las habilidades representativas requeridas para la carrera incluyen:

- a. Títulos de trabajo en campos relacionados con el trabajo
- b. Maestría de acuerdo a las necesidades de la institución (para empleo)
- c. conocimiento de la computadora
- d. experiencia documentada en el campo del conocimiento
- e. conocimiento de la base de datos
- f. Estudio básico de contabilidad
- g. Habilidades de escritura, herramientas digitales.
- h. Conocimiento de lenguas extranjeras (Francia, 2018)

Habilidades Humanas

Esta es la habilidad implícita que una persona necesita para colaborar con otras en un entorno grupal y desde la cual buscar el liderazgo natural que requiere cualquier institución (Polga-Hecimovich, 2013). Los gerentes tienen la oportunidad de inspirar individual y colectivamente a cada miembro del equipo para trabajar hacia los objetivos establecidos por la institución y la industria (Calan y Moreira, 2018).

Las habilidades conceptuales son la capacidad que tiene la alta dirección de ver la organización en su totalidad, es decir, comprender a fondo cada proceso de la organización, adoptar los cambios necesarios según sea necesario, influir en los desafíos organizacionales, analizar, actuar y resolver conflictos (Acosta, 2012). Las habilidades conceptuales comprenden la organización como un todo, donde las partes se complementan y dependen unas de otras, así como la forma en que el negocio interactúa con su entorno externo y el ritmo del cambio interno. Como resultado, las relaciones internas y externas deben interpretarse para obtener una imagen amplia del pasado, presente y futuro de la organización (Rojas, Ponce, Vega, & Co.

Competitividad.

Las empresas que exportan sus productos y compiten en el mercado mundial se denominan competitivas. Una empresa es competitiva en el mercado local si tiene recursos que le den una ventaja sobre sus rivales. Dado que más empresas están involucradas en la competencia, se requiere más trabajo de ellas para tener éxito. Como resultado, desarrollan nuevos programas

creativos, aumentan la efectividad de los procesos, producen bienes a costos más bajos y aumentan las ventas. Por otro lado, deben ofrecer precios asequibles y, al mismo tiempo, aumentar constantemente el calibre de sus productos y servicios. El consumidor, que activa el mercado y elige qué y cuánto comprar en función de sus recursos, es el componente más crucial que se ve afectado por todos estos esfuerzos.

Innovación.

La innovación es una respuesta directa a los desafíos económicos actuales, particularmente cuando se trata de competir en un mundo globalizado y sin fronteras. La innovación es el proceso mediante el cual se crean nuevos recursos generadores de riqueza o se dota a los recursos existentes de mayor potencial para crearla. Pero uno de los mayores problemas de nuestra nación es la escasez de empresas y emprendedores que basen su competitividad en la innovación. (www.camara.es, 2018).

En las Cámaras pensamos que innovar tiene impacto porque no es solo un proceso tecnológico o académico, sino que afecta a una variedad de áreas de negocios y es visto como un componente crucial para aumentar la productividad y sobrevivir en el mercado financiero actual.

Emprendimiento

Dentro del contexto de sus múltiples significados, el emprendimiento puede definirse como la creación de un proyecto¹ que, entre otras cosas, persigue un objetivo económico, político o social específico y que tiene una serie de características, entre las que destacan un grado de incertidumbre e innovación. Era el año 2009 (Montoya). La actividad empresarial, según Kundel (1991), es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, se produzca o no esta renovación estratégica dentro o fuera de las organizaciones actualmente existentes y con independencia de que conduzca a la creación de una nueva entidad de negocio.

Una persona conocida como empresario es la que dirige una empresa. El término "emprendedor" proviene de la palabra francesa "pionnier", y originalmente se usaba para describir a las personas que, como Cristóbal Colón, decidieron emprender una aventura viajando al Nuevo Mundo sin ningún tipo de seguridad. La diferencia entre el empresario y el individuo común se establece por su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar a cabo sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de afrontar problemas. Es un individuo que sabe no sólo "mirar" su entorno, sino también "ver" y descubrir las oportunidades que se esconden en su interior. Tiene iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, comunica y genera redes de comunicación,

tiene capacidad de convocatoria; Aunque sea necesario, sabe formar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin vacilar ni dejarse vencer por el miedo.

Términos de Turismo.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o empresariales. Estas personas se denominan viajeros (que pueden ser tanto turistas como excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo engloba sus actividades, algunas de las cuales implican gasto turístico sobre lo que encontrarían allí. Precisamente ese ingrediente de actuar bajo la incertidumbre es la principal característica que distingue a un emprendedor hoy en día y, aunque el término se asocia especialmente a quien inicia una empresa comercial, también puede relacionarse con cualquiera que decida llevar a cabo un proyecto, aunque no tienen fines económicos. (Bastidas, Domínguez, Argandoña, & Guevara, 2020).

2.3 Acercamiento al turismo

Definición de Turismo de Naciones Unidas

Constituye turismo viajar y permanecer por un período continuado inferior a un año por motivos de ocio, negocios u otros relacionados con el turismo, siempre que no tenga por objeto establecer una actividad remunerada en el destino.

Los efectos financieros del turismo.

El turismo es una industria cuya constante expansión tiene efectos significativos en las esferas social, cultural y económica de una nación. Esto es cierto porque tiene un impacto en las inversiones, la construcción y la mejora del transporte, todo lo cual tiene un impacto en el empleo y, en última instancia, el bienestar de los residentes de una comunidad. (www. indec. gob. a, 2017). Según (Vázquez, 2013), este tipo de emprendimiento se clasifica por su capacidad general para fomentar la riqueza, el desarrollo y el bienestar, así como a las actividades turísticas que se ofrecen en el mercado; entre ellos están:

- Las empresas pro-sostenibles son aquellas que tienen una base socioeconómica y organizacional más horizontal, relaciones amistosas entre las pequeñas empresas y la preservación del medio ambiente como su objetivo principal.
- Emprendimiento social: estos son negocios que atienden las necesidades de las personas mientras intentan crear empresas novedosas.

Según Polanco, et. al (2019), “el emprendimiento ecológico, estos negocios tienen el único propósito de preservar los ecosistemas y la biodiversidad”. En tal sentido, el espíritu empresarial es un componente del sistema turístico, que es el marco fundamental para la gestión y planificación de la industria turística de un destino. Contiene subsistemas que

funcionan de forma independiente y colaborativa para garantizar que todas las actividades y destinos puedan competir. El apoyo y la implicación de la población, así como la presencia de infraestructuras, servicios y atractivos relevantes para la zona son necesarios para su desarrollo. Con la ayuda de este sistema, se produce una red de servicios que ayuda a aumentar el empleo y, en consecuencia, los ingresos. (Boullón, 2006).

Eficiencia empresarial

El objetivo de la gestión financiera es maximizar el valor de la inversión realizada por los propietarios de la empresa. La gestión financiera abarca todo lo relacionado con el dinero, incluyendo la inversión, la administración y la posesión. La idea de gestión financiera originalmente solo se aplicaba a la administración del dinero, y era responsabilidad de un individuo o del departamento de finanzas llevar a cabo estas tareas. Sin embargo, con el tiempo, se ha expandido mucho, convirtiéndose en la idea amplia y compleja que es hoy.

La administración de los recursos financieros es la principal responsabilidad de la gestión financiera en la actualidad. Para ello, debe desarrollar y poner en práctica estrategias eficientes que le permitan obtener recursos financieros, analizar los aspectos financieros que inciden en otras decisiones internas del negocio, evaluar las inversiones necesarias para impulsar las ventas, analizar e interpretar la información financiera.

Esto sugiere que el análisis financiero es una herramienta clave en el trabajo del gerente financiero porque brinda un mecanismo para evaluar la situación de la organización en cuanto a liquidez, solvencia, eficiencia operativa, nuevas estrategias de venta, cobranza, necesidad de financiamiento y rendimiento generado; además, permite al gerente financiero verificar si las metas financieras alcanzadas están en línea con las previstas.

Además, el gerente financiero debe estar al tanto de todos los eventos financieros diarios que ocurren en el mundo con el fin de evaluar la posición financiera que tiene su empresa en relación con el mercado en el que compite y determinar cómo estos eventos impactarán en las decisiones que se tome en el negocio.

Para poder analizar su desempeño financiero de manera efectiva y tomar decisiones más precisas y sustentadas en datos financieros útiles, la gestión en cualquier empresa debe basarse en el uso de las más modernas herramientas y técnicas adecuada, oportuna y confiable que redunde en el cumplimiento de las metas, la permanencia de la empresa en el mercado y el éxito de su actividad productiva.

3. indicadores de la salud financiera de la empresa.

Los indicadores financieros son utilizados actualmente por la mayoría de las empresas como una herramienta crucial para evaluar su salud financiera porque permiten el ajuste del

desempeño operativo de la organización y la identificación de áreas de alto y bajo rendimiento. Tras la realización del análisis financiero, se identifican como algunos de los indicadores financieros más destacados y de uso frecuente los siguientes: indicadores de liquidez y solvencia, indicadores de eficiencia o actividad, indicadores de endeudamiento e indicadores de rentabilidad.

Flujo de caja y solvencia

Como resultado, es importante distinguir entre estas definiciones. La liquidez implica mantener el efectivo necesario para cumplir o pagar los compromisos previamente contraídos, mientras que la solvencia se enfoca en mantener los activos y recursos necesarios para proteger las deudas adquiridas, incluso cuando estos activos no se denominan efectivo (Rubio, 2007).

La solvencia se refiere a la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones, y la liquidez se refiere a la capacidad de hacerlo. En consecuencia, para que una empresa demuestre liquidez, primero debe ser solvente. Gitman (2003) argumenta que la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo a medida que vencen es un mejor indicador de su liquidez. Este autor considera que la liquidez se refiere a la capacidad de la organización para pagar sus deudas, lo que se traduce en la solvencia de la posición financiera general de la organización.

Mientras que la solvencia es la capacidad de respuesta de una empresa en el corto plazo, y se demuestra por la posesión de bienes que la empresa puede tener para cancelar los compromisos contraídos en un corto período de tiempo, la liquidez es la capacidad de pago inmediata con la que una empresa puede responder a sus acreedores. Una empresa debe demostrar que es capaz de continuar con una trayectoria normal que le permita mantener un entorno financiero suficiente en el futuro para ser considerada solvente. También debe estar dispuesto a liquidar las obligaciones contraídas cuando vengán. De esta forma, la capacidad de una empresa para pagar sus deudas es una señal de su solvencia. Sin embargo, una empresa carece de liquidez si le resulta difícil convertir sus activos en efectivo para pagar sus deudas. Es importante señalar que una empresa con liquidez es también una empresa solvente, aunque no siempre es así.

Desde una perspectiva económica, la capacidad o dificultad de convertir inmediatamente y sin sufrir una pérdida significativa de valor un activo en efectivo es lo que determina cuán líquido es un activo. En consecuencia, cuanto más fácil es convertir un activo en efectivo, más líquido es. Esa ventaja será todo.

Dado que una empresa se considera líquida en la medida en que una mayor parte de sus activos totales se clasifican como activos circulantes, estos últimos comprenden todo el dinero que está disponible en efectivo al momento de preparar el balance de la empresa, como dinero en bancos y caja chica, cuentas por cobrar e inventarios. Una empresa que necesita cancelar compromisos contraídos puede obtener recursos financieros más rápidamente al convertir sus inventarios y cuentas por cobrar en efectivo. Debido a esto, el análisis financiero se puede utilizar para determinar los niveles de liquidez de una empresa. El análisis financiero permite calcular indicadores específicos que miden la liquidez y solvencia de una empresa, como el capital de trabajo, el índice circulante y el índice de prueba ácida, que reflejan la capacidad de pago de la deuda actual en el corto plazo.

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

En la investigación cualitativa aplicada a un mercado, se pueden utilizar varios métodos para obtener información y comprender las percepciones, comportamientos y necesidades de los consumidores. A continuación, se describen algunos de los métodos más comunes utilizados en la investigación de mercado cualitativa:

Entrevistas individuales: Las entrevistas individuales son una técnica común para la investigación de mercado cualitativa. Se pueden realizar de manera presencial, por teléfono o por videoconferencia. Las entrevistas individuales permiten recopilar información detallada y específica sobre las experiencias, opiniones y actitudes de los participantes.

Grupos focales: Los grupos focales son una técnica de investigación en la que se reúne a un grupo de personas con intereses o experiencias comunes para discutir un tema específico. Se utilizan para comprender las opiniones y percepciones de los consumidores sobre un producto o servicio, así como para identificar problemas o necesidades no satisfechas.

Observación: La observación se utiliza para comprender cómo los consumidores interactúan con los productos o servicios en su entorno natural. Puede ser en persona o mediante el uso de cámaras y otros dispositivos de grabación.

Análisis de contenido: Esta técnica implica el análisis de los comentarios y la información disponible en línea, como reseñas, foros y publicaciones en redes sociales. El análisis de contenido puede proporcionar información valiosa sobre las experiencias y opiniones de los consumidores.

Análisis de discurso: El análisis de discurso se utiliza para analizar el lenguaje utilizado por los consumidores en las entrevistas o en las conversaciones en línea. Puede proporcionar información sobre las actitudes, creencias y valores de los consumidores.

Pruebas de productos: Las pruebas de productos implican la entrega de un producto o servicio a un consumidor para su uso y evaluación. Las pruebas de productos pueden proporcionar información sobre la calidad, la facilidad de uso y la satisfacción del consumidor.

Estos son solo algunos de los métodos de investigación cualitativa que se pueden aplicar en el mercado. Es importante elegir los métodos adecuados según el objetivo del estudio y la

información que se busca obtener, y llevar a cabo una cuidadosa planificación y análisis de los datos para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

3.2 Descripción del Método Delphi o Criterio de Especialista

El método Delphi es una técnica de investigación que se utiliza para obtener la opinión de un grupo de expertos en relación con un tema determinado. Este método fue desarrollado en la década de 1950 por la Rand Corporation, y se ha utilizado ampliamente en diferentes áreas, como la planificación estratégica, la toma de decisiones y la predicción de tendencias.

El proceso del método Delphi implica la selección de un panel de expertos en el tema de estudio, quienes participarán en varias rondas de preguntas y respuestas, en las que se busca llegar a un consenso. Las rondas pueden ser de manera presencial o en línea, y se realizan bajo la coordinación de un moderador o facilitador. En la primera ronda, se les pide a los expertos que respondan a una serie de preguntas abiertas sobre el tema en cuestión, y que proporcionen sus opiniones y predicciones. Las respuestas se recopilan y se compilan en un informe que se envía a los expertos para su revisión.

En la siguiente ronda, los expertos reciben un resumen de las respuestas de los demás participantes y se les pide que revisen sus propias respuestas a la luz de la información proporcionada por los demás expertos. A continuación, se les solicita que proporcionen una nueva respuesta, ajustada o no, según su criterio. Este proceso se repite en varias rondas, hasta que se llegue a un consenso o se alcance un punto de saturación. El consenso puede ser un acuerdo unánime o una mayoría de acuerdo en un conjunto de respuestas.

En conclusión, el método Delphi es una técnica útil para obtener la opinión y las predicciones de expertos en un tema determinado, a través de un proceso estructurado de preguntas y respuestas. Este método permite llegar a un consenso o mayoría de acuerdo y puede ser utilizado en diferentes áreas, incluyendo la planificación estratégica y la toma de decisiones.

3.2.1 Método de Especialista: Prueba Inicial y Final

El Método de Especialista: Prueba Inicial y Final es una técnica de investigación que se utiliza para evaluar y medir el cambio de conocimientos y habilidades de un grupo de expertos en un área determinada, antes y después de la aplicación de un programa o intervención específica.

El proceso del Método de Especialista: Prueba Inicial y Final comienza con la selección de un grupo de expertos en el área en cuestión. Este grupo puede ser seleccionado en base a su experiencia y habilidades, y debe representar adecuadamente la población objetivo.

En la fase de prueba inicial, se les administra a los expertos un cuestionario o evaluación diseñada para medir sus conocimientos y habilidades en el área específica antes de la aplicación del programa o intervención. Este cuestionario se utiliza como una medida base para comparar los resultados después de la aplicación del programa o intervención.

Una vez que se ha completado la prueba inicial, se implementa el programa o intervención diseñada específicamente para mejorar los conocimientos y habilidades de los expertos en el área en cuestión. Este programa puede incluir capacitación, talleres, conferencias u otras actividades que se consideren adecuadas para mejorar las habilidades y conocimientos de los expertos.

Después de la implementación del programa o intervención, se realiza una prueba final, que es una evaluación similar a la prueba inicial, pero se realiza después del programa. Esta prueba final se utiliza para medir los cambios en los conocimientos y habilidades de los expertos después de la aplicación del programa o intervención.

Finalmente, se comparan los resultados de la prueba inicial y la prueba final para determinar si se han producido cambios significativos en los conocimientos y habilidades de los expertos. Esto proporciona información útil sobre la eficacia del programa o intervención y puede ayudar a mejorar el diseño y la implementación de futuros programas o intervenciones en el mismo tema.

En conclusión, el Método de Especialista: Prueba Inicial y Final es una técnica de investigación útil para evaluar el cambio en los conocimientos y habilidades de un grupo de expertos antes y después de la implementación de un programa o intervención específica. Este método proporciona información valiosa sobre la eficacia del programa o intervención y puede ayudar a mejorar la implementación de futuros programas o intervenciones en el mismo tema.

Clave de calificación

Si en la pregunta 1, el especialista

- Si mejora cabalmente los 3 incisos es evaluado de bien.
- Si mejora cabalmente 2 de los incisos es evaluado de regular.
- Si mejora cabalmente 1 es evaluado de regular.

Si en la pregunta 2, el especialista

- Si el especialista menciona de 8 a 10 problemas es evaluado de bien.
- Si el especialista menciona de 6 a 7 problemas es evaluado de regular.
- Si el estudiante menciona de 3 a 5 problemas es evaluado de mal.

Si en la pregunta 3, el especialista

- Si el estudiante argumenta con 5 o más razones es evaluado de bien.
- Si el estudiante argumenta con 4 o 3 razones es evaluado de regular.
- Si el estudiante argumenta con 2 razones es evaluado de mal.

1. Tabla 1 Norma de Calificación

PRUEBA	EVALUACIÓN	%
Inicial	Bien	18,75
	Regular	62,5
	Mal	18,75
Final	Bien	71,41
	Regular	14,29
	Mal	14,29

3.3 Descripción de las Herramientas de Análisis

Las herramientas de análisis son una serie de técnicas y métodos utilizados para examinar y comprender los datos recopilados durante una investigación. Estas herramientas son fundamentales para interpretar y comprender los datos de manera más profunda, y pueden ser utilizadas en diferentes tipos de investigaciones, ya sean cuantitativas o cualitativas.

Algunas de las herramientas de análisis más comunes incluyen:

Análisis de estadísticas descriptivas: Este tipo de análisis se utiliza para resumir y describir datos numéricos. Las estadísticas descriptivas incluyen medidas como la media, mediana, moda, desviación estándar y rango.

Análisis de regresión: Este análisis se utiliza para examinar la relación entre dos o más variables. El análisis de regresión puede ser utilizado para identificar la fuerza y la dirección de la relación entre las variables.

Análisis de contenido: Este análisis se utiliza para examinar el contenido de un texto o discurso. Puede ser utilizado para identificar temas, patrones y tendencias en el contenido analizado.

Análisis de redes sociales: Este análisis se utiliza para examinar las relaciones y conexiones entre personas, organizaciones o grupos en las redes sociales. Puede ser utilizado para identificar patrones y tendencias en las relaciones y conexiones.

Análisis de clúster: Este análisis se utiliza para agrupar objetos o datos en grupos homogéneos. El análisis de clúster puede ser utilizado para identificar patrones y tendencias en los datos.

Análisis de factores: Este análisis se utiliza para identificar las variables subyacentes que explican la varianza en los datos. El análisis de factores puede ser utilizado para identificar las relaciones entre múltiples variables.

Las herramientas de análisis son fundamentales para interpretar y comprender los datos de una investigación. Las herramientas de análisis más comunes incluyen análisis de estadísticas descriptivas, análisis de regresión, análisis de contenido, análisis de redes sociales, análisis de clúster y análisis de factores. Cada una de estas herramientas puede ser utilizada para identificar patrones y tendencias en los datos y para comprender las relaciones entre las variables en estudio.

3.3.1 Guía de observación

La metodología 360 grados es un enfoque de evaluación de desempeño que involucra a múltiples evaluadores, incluyendo a los supervisores, subordinados, pares y clientes internos y externos. Uno de los criterios de evaluación clave en la metodología 360 grados es el criterio de especialista, que evalúa la competencia técnica y el conocimiento de la industria del empleado. A continuación, se presenta una guía de observación para el criterio de especialista en la metodología 360 grados:

Conocimiento técnico: El evaluador debe observar la capacidad del empleado para aplicar su conocimiento técnico en el desempeño de su trabajo. El evaluador puede hacer preguntas técnicas específicas relacionadas con el trabajo del empleado y evaluar sus respuestas.

Habilidades técnicas: El evaluador debe observar la capacidad del empleado para realizar tareas técnicas relacionadas con su trabajo de manera efectiva y eficiente. Esto puede incluir habilidades específicas relacionadas con el uso de herramientas y tecnología.

Conocimiento de la industria: El evaluador debe observar la capacidad del empleado para comprender la industria en la que trabaja y mantenerse actualizado sobre las tendencias y cambios en el mercado. El evaluador puede hacer preguntas sobre las tendencias de la industria y la competencia y evaluar las respuestas del empleado.

Capacidad de análisis: El evaluador debe observar la capacidad del empleado para analizar y resolver problemas técnicos relacionados con su trabajo. Esto puede incluir la capacidad del empleado para identificar problemas técnicos y proponer soluciones efectivas.

Habilidad de comunicación técnica: El evaluador debe observar la capacidad del empleado para comunicar de manera efectiva conceptos técnicos y complejos a otros miembros del equipo y a los clientes. Esto puede incluir la capacidad de presentar información técnica de manera clara y comprensible.

La guía de observación para el criterio de especialista en la metodología 360 grados debe centrarse en la capacidad del empleado para aplicar su conocimiento técnico, habilidades y experiencia en su trabajo, mantenerse actualizado sobre las tendencias de la industria, analizar y resolver problemas técnicos y comunicar conceptos técnicos de manera efectiva. Al evaluar estos aspectos, se puede obtener una comprensión más completa del desempeño del empleado y de su competencia técnica.

Guía para la observación a través de la Metodología 360 grados como herramienta para el conocimiento y valoración de auto superación docente

1. Objeto de observación: proceso y resultados del trabajo con las fuentes bibliográficas.
2. Objetivo: comprobar el dominio alcanzado por los facilitadores sobre de la Metodología 360 grados
3. Tiempo y frecuencia: la observación será prolongada y se realizará en el tiempo que ocupe la actividad diseñada a ese fin; para el diagnóstico inicial y el final abarcará respectivamente las 2 primeras y las 4 últimas semanas de implementación. En las 3 semanas intermedias entre ambos diagnósticos continuará la observación sistemática.

Resultado esperado: caracterización y diagnóstico del dominio que poseen los estudiantes acerca del trabajo mediante de la Metodología 360 grados

Programa de la observación:

Interrogantes a esclarecer:

Capacidad para identificar, el texto que se analiza.

Capacidad para interpretar desde el tratamiento lógico-secuencial la necesidad de difundir la Metodología 360 grados.

Determinación de sistemas referenciales para localizar geográficamente el contexto que se analiza.

Precisión y coherencia en la determinación de relaciones causales.

Capacidad para argumentar, contextualizar los procesos de esta metodología.

Categorización de la observación:

Subcategoría

- Capacidad para interpretar...
- Elevada (3)
- Media (2)
- Baja (1)
- Nula (0)
- Calidad de la identificación...
- Excelente (3)
- Buena (2)

- Regular (1)
- Mala (0)
- Determinación de sistemas...
- Muy adecuada (3)
- Adecuada (2)
- Aceptable (1)
- Inadecuada (0)
- Precisión y coherencia...
- Muy alta (3)
- Alta (2)
- Media (1)
- Baja (0)
- Capacidad para argumentar.
- Elevada (3)
- Media (2)
- Baja (1)
- Nula (0)

Muestra: 100 % del grupo escogido como muestra.

Tipo de observación: directa, encubierta, estructurada, continua y prolongada.

3.4 Descripción de la Planificación de las Fases de Investigación

Escala valorativa general para la evaluación de los indicadores del dominio del curso de educación ambiental.

I. Dominio nulo:

- Limitado para ejecutar la acción. Dependiente y lento.
- Resultados poco precisos o incorrectos.
- Incoherencia en la expresión del resultado.

II. Dominio bajo:

- Ejecuta las acciones parcialmente. Lento con cierta independencia.
- Algunos resultados imprecisos.
- Algunas incoherencias en la expresión de los resultados.

III. Dominio medio:

- Ejecuta la mayor parte de las acciones. Independiente y con mayor ritmo de trabajo.
- Corrección en los resultados. Imprecisiones aisladas.
- Coherencia en la expresión del resultado. Puede mejorar su metalenguaje técnico.

IV. Dominio bueno:

- Capaz de simplificar acciones. Independiente y rápido.
- Corrección en los resultados.
- Coherencia en la expresión del resultado. Dominio del metalenguaje.

V. Dominio alto:

- Creativo, independiente y muy rápido.
- Sus resultados evidencian un alto dominio de las habilidades de trabajo.
- Riqueza en la expresión del resultado.

Tabla 2 Coeficiente De Competencia (K) De Los Especialistas Preseleccionados

Especialista	Kc	Ka	Kc+Ka	K	Competencia	Experto
1	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
2	0,7	0,7	1,0	0,70	Media	Sí
3	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
4	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
5	0,6	0,8	1,4	0,70	Media	Sí
6	0,5	0,5	1,0	0,50	Baja	No
7	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
8	0,5	0,5	1,0	0,50	Baja	No
9	1,0	1,0	2,0	1,00	Alta	Sí
10	0,4	0,5	0,9	0,45	Baja	No
11	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
12	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí

13	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
14	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
15	0,5	0,5	1,0	0,50	Baja	No
16	0,7	0,8	1,5	0,75	Media	Sí
17	0,8	0,6	1,4	0,70	Media	Sí
18	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
19	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
20	0,7	0,6	1,3	0,65	Media	Sí
21	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
22	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
23	0,6	0,8	1,4	0,70	Media	Sí
24	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí
25	0,9	1,0	1,9	0,95	Alta	Sí

Fuente: encuestas aplicadas

(x) El código de interpretación utilizado para K es el siguiente:

- Si: $0,8 < K < 1,0$; entonces el coeficiente de competencia es alto.
- Si: $0,5 < K < 0,8$; entonces el coeficiente de competencia es medio.
- Si: $K < 0,5$; entonces el coeficiente de competencia es bajo

Tabla 3 Evaluación Realizada Por Los Expertos De Los Aspectos Propuestos.

Aspecto	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	Total
	MA	BA	A	PA	IA	
1	20	9	1	-	-	25
2	15	12	3	-	-	25
3	16	8	6	-	-	25
4	17	9	4	-	-	25

Fuente: procesamiento según Delphy.

Tabla 4 Matriz de Frecuencias Acumuladas

Aspecto	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5
11	20	24	25	25	25
2	15	25	25	25	25
3	16	24	25	25	25
4	17	25	25	25	25

Fuente: Procesamiento según Delphy.

Tabla 5 Matriz de Frecuencias Relativas Acumuladas

Aspecto	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5
1	0,6666	0,9666	1,0000	1,0000	1,0000
2	0,5	0,9	1,0000	1,0000	1,0000
3	0,5333	0,8	1,0000	1,0000	1,0000
4	0,5666	0,8666	1,0000	1,0000	1,0000

Fuente: procesamiento según Delphy.

Tabla 1 Matriz de Valores De Abscisas

Aspecto	C-1	C-2	Suma	Promedio	N-P
1	0,43	1,83	2,26	1,13	-0,42
2	0	1,28	1,28	0,64	0,07
3	0,08	0,84	0,92	0,46	0,25
4	0,6	1,11	1,27	0,64	0,07
Puntos de corte	0,17	1,27			

Fuente: procesamiento según Delphy

A modo de síntesis se expresa que el método DELPHY, sin duda refleja las escalas cualitativas de las variables siendo en este sentido un criterio positivo de los puntos de corte estando los mismos entre el valor 0 y el valor 1,50. El valor de las abscisas, las frecuencias acumuladas y la evaluación de los expertos expresan coherencia interpretativa en los resultados

expresados haciendo representativos los criterios expresados, los que se reflejan en la propuesta.

3.5 Descripción de la encuesta aplicar

Para realizar una encuesta y aplicar la metodología 360 grado, se deben seguir los siguientes pasos:

Definir los objetivos de la encuesta: Antes de comenzar, es importante definir los objetivos que se desean alcanzar con la encuesta. ¿Qué se quiere medir? ¿Cuáles son las competencias o áreas de evaluación que se van a evaluar? ¿Cuál es el propósito de la evaluación? **Seleccionar a los participantes:** Los participantes deben ser seleccionados cuidadosamente, de manera que representen diferentes niveles jerárquicos, áreas de trabajo y estilos de liderazgo. También es importante asegurarse de que los participantes estén dispuestos a proporcionar retroalimentación honesta y constructiva.

Diseñar la encuesta: La encuesta debe ser diseñada cuidadosamente, tomando en cuenta los objetivos de la evaluación y las competencias o áreas de evaluación que se van a medir. La encuesta debe ser clara, concisa y fácil de entender. **Implementar la encuesta:** Una vez diseñada la encuesta, es necesario implementarla. Esto puede hacerse a través de diferentes métodos, como correo electrónico, encuestas en línea, entrevistas en persona, entre otros.

Recopilar y analizar los datos: Una vez que se han recopilado todas las respuestas, es necesario analizar los datos para obtener una visión general del desempeño de cada colaborador. Esto puede hacerse a través de gráficos y tablas. **Generar resultados y retroalimentación:** Una vez que se han analizado los datos, es necesario generar resultados y retroalimentación para cada colaborador. La retroalimentación debe ser clara, honesta y constructiva, y debe proporcionarse en un ambiente seguro y respetuoso.

En resumen, para aplicar la metodología 360 grado se debe definir los objetivos de la encuesta, seleccionar a los participantes, diseñar la encuesta, implementarla, recopilar y analizar los datos, y generar resultados y retroalimentación para cada colaborador. Es importante asegurarse de que la encuesta sea clara, concisa y fácil de entender, y que la retroalimentación sea constructiva y enfocada en el desarrollo del colaborador.

3.6 Tratamiento de la información

Las herramientas ofimáticas son aplicaciones de software diseñadas para ayudar en la creación, edición, almacenamiento y distribución de información en el entorno empresarial. Algunas de las herramientas ofimáticas más comunes incluyen procesadores de texto, hojas de cálculo, programas de presentación, programas de gestión de correo electrónico y agendas electrónicas. Estas herramientas se utilizan para una amplia variedad de tareas empresariales, como la creación de informes, la gestión de proyectos, la realización de presentaciones, la gestión de contactos y la programación de citas y reuniones.

El uso de herramientas ofimáticas puede aumentar la productividad y la eficiencia de los trabajadores, ya que permite la automatización de tareas repetitivas, el acceso rápido y fácil a la información y la colaboración en tiempo real. Además, el uso de herramientas ofimáticas puede mejorar la calidad de la información, ya que permite la revisión y edición de documentos de manera rápida y eficiente.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el uso de herramientas ofimáticas también puede presentar ciertos desafíos y riesgos, como la pérdida de datos, la seguridad de la información y la falta de habilidades y conocimientos para utilizar las herramientas de manera efectiva. Por lo tanto, es importante que las empresas proporcionen la formación y el apoyo necesarios para que los trabajadores utilicen estas herramientas de manera efectiva y segura.

➤ **Microsoft Excel:** Se utilizará este software para realizar el cálculo del déficit de cobranzas y calcular el porcentaje de los contribuyentes que están pagando las patentes municipales.

Es una herramienta de hoja de cálculo desarrollada por Microsoft que se utiliza ampliamente en la mayoría de las empresas y organizaciones en todo el mundo. Excel es importante porque ofrece muchas ventajas que lo hacen una herramienta valiosa para la gestión y el análisis de datos empresariales, tales como:

Organización y análisis de datos: Excel permite organizar y analizar grandes cantidades de datos de manera efectiva y eficiente, lo que ayuda a tomar decisiones empresariales más informadas y precisas.

Automatización de tareas: Excel permite automatizar tareas y procesos, lo que ahorra tiempo y reduce errores. Las fórmulas y funciones integradas facilitan la realización de

cálculos complejos, el análisis de datos y la creación de gráficos y tablas dinámicas.

Personalización y flexibilidad: Excel es altamente personalizable y flexible, lo que significa que los usuarios pueden adaptar la herramienta para satisfacer las necesidades específicas de su negocio.

Integración con otras herramientas empresariales: Excel se integra con otras herramientas empresariales, como Power BI y SQL Server, lo que permite una integración más fácil y una mejor gestión de los datos.

Compartir y colaborar en tiempo real: Excel permite compartir hojas de cálculo con otros usuarios y colaborar en tiempo real, lo que facilita la comunicación y la colaboración en el lugar de trabajo.

En resumen, Excel es una herramienta esencial para la gestión y el análisis de datos empresariales. Su capacidad para organizar y analizar grandes cantidades de datos de manera efectiva y eficiente, automatizar tareas, personalizar y ser flexible, integrarse con otras herramientas empresariales, y permitir la colaboración en tiempo real lo convierten en una herramienta valiosa para la mayoría de las empresas y organizaciones.

➤ **Microsoft Word:** Este desarrollo de texto servirá para documentar tesis y formular las preguntas de las encuestas, entrevistas y aplicar referencias bibliográficas.

Microsoft Word es una herramienta de procesamiento de texto ampliamente utilizada en la mayoría de las empresas y organizaciones en todo el mundo. Word es importante porque ofrece muchas ventajas que la convierten en una herramienta valiosa para la creación, edición y formateo de documentos empresariales, tales como:

Creación y edición de documentos: Word permite crear y editar documentos de manera rápida y fácil. Los usuarios pueden agregar texto, imágenes, gráficos y otros elementos para crear documentos profesionales y atractivos.

Formato de documentos: Word permite dar formato a los documentos, lo que facilita la lectura y mejora la presentación. Los usuarios pueden agregar encabezados, pies de página, tablas de contenido, estilos de texto y otros elementos para mejorar el aspecto y la legibilidad de los documentos.

Personalización y flexibilidad: Word es altamente personalizable y flexible, lo que significa que los usuarios pueden adaptar la herramienta para satisfacer las necesidades específicas de su negocio.

Integración con otras herramientas empresariales: Word se integra con otras herramientas empresariales, como Excel y PowerPoint, lo que permite una integración más fácil y una mejor gestión de los documentos empresariales.

Compartir y colaborar en tiempo real: Word permite compartir documentos con otros usuarios y colaborar en tiempo real, lo que facilita la comunicación y la colaboración en el lugar de trabajo.

En resumen, Word es una herramienta esencial para la creación y edición de documentos empresariales. Su capacidad para dar formato a los documentos, personalizar y ser flexible, integrarse con otras herramientas empresariales, y permitir la colaboración en tiempo real lo convierte en una herramienta valiosa para la mayoría de las empresas.

3.7 Fundamentación de la Metodología SERVQUAL

La primera calidad a través de la inspección, luego el control de calidad estadística, luego la garantía de calidad y finalmente la calidad como una estrategia competitiva han sido las cuatro etapas de la evolución de la calidad durante la era industrial. Cada etapa se desarrollará más adelante.

Cuando se plantea el tema de calidad, se aplica tanto a los productos como a los servicios, con la excepción de que la calidad en este caso es intangible. Las interacciones de los clientes con el empleado que representa al negocio están a nivel personal. La necesidad de definir el término "calidad de servicio" surgió como resultado de su interés en garantizar que se satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes en términos del servicio que se proporciona. (Llorens y Fuentes 2000).

Las expectativas de los clientes deben cumplirse para que un servicio se considere de alta calidad en lugar de simplemente "conforme a las especificaciones". La primera y la segunda perspectiva difieren mucho entre sí. Los proveedores de servicios que maltratan a los clientes, independientemente de la rapidez con la que completen la tarea, no brindan un servicio de calidad. Berry, Bennett y Brown (1989).

Según Cant (2001), un servicio es una acción o un grupo de acciones que casi siempre son de naturaleza intangible y se llevan a cabo a través de la comunicación entre un cliente y un

proveedor de servicios y/o mediante el uso de instalaciones de servicio físico para satisfacer un deseo o una necesidad. Teniendo en cuenta la naturaleza de los servicios, el cliente los evalúa en función de qué y cómo los percibe. El servicio se caracteriza como un acto social que tiene lugar muy cerca del cliente por Müller (1999), Payne (1996), Evans y Lindsay (2000).

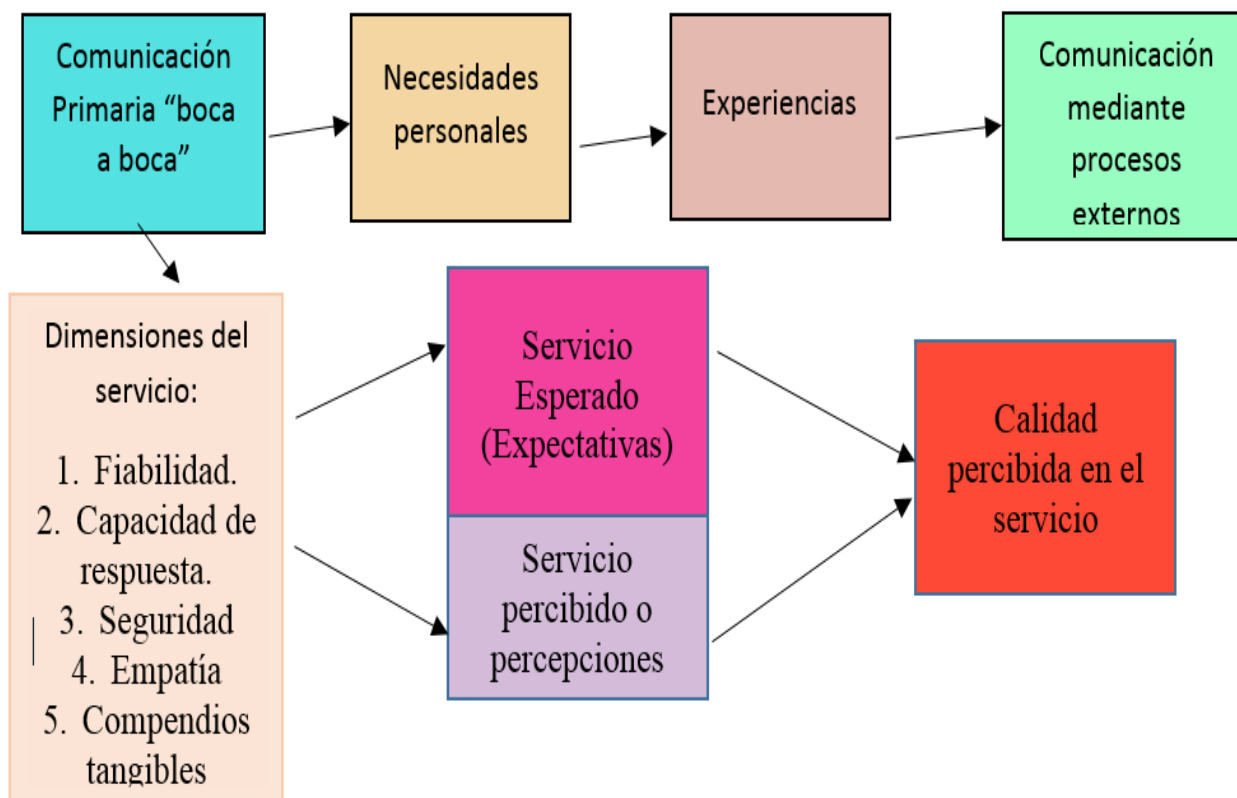
Según Cant (2001), la satisfacción del cliente es la opinión de que los clientes externos tienen de los bienes y servicios de la empresa. Se busca evidencia sobre las métricas cruciales que emplea el negocio para medir su rendimiento y empujar hacia un estado de excelencia se busca.

La satisfacción del cliente, por otro lado, se define por el estándar ISO 9000: 2000 como la evaluación del cliente de la medida en que se han cumplido sus requisitos. Para determinar qué tan bien sus clientes perciben sus productos y/o servicios y si están realmente satisfechos o no, las excelentes empresas deben comparar su desempeño con el de sus rivales, así como con el de las mejores compañías que utilizan procesos de producción y/o administrativos comparables.

Las empresas que ponen un fuerte énfasis en la satisfacción del cliente son aquellas que tienen una calidad operacionalmente definida; Algunas técnicas de satisfacción del cliente son sutiles, mientras que otras son claras para ver. Otros ponen un fuerte énfasis en el monitoreo cercano de las necesidades y actitudes de los clientes (Denton, 1999), mientras que algunos requieren un compromiso de tiempo de la gerencia.

Las empresas que creen que esto desarrolla procedimientos para la comunicación bidireccional del cliente. Garvin descubrió a través de una extensa recopilación de datos que tenían una comprensión clara de las necesidades de sus clientes, según Denton (1999), quien realizó un estudio de japoneses líderes de calidad. Herramientas como la herramienta SERVQUAL, que fue creada por (A. En Parasuraman (1988), se evalúan las variables importantes que afectan la calidad del servicio. En la cual se basa la metodología Servqual, la Figura 1 muestra el modelo de evaluación de la calidad del servicio del cliente.

Figura 2. Modelo de Evaluación del cliente sobre la calidad del servicio



Nota: Extraído de fuente investigativa del autor (A.Parasuraman, 1988)

3.8 Descripción del Modelo

En este modelo, se establece que el cliente anticipa recibir un servicio (expectativa), evalúa ciertas cualidades (dimensiones del servicio) mientras se le brinda el servicio, lo que le permite formarse impresiones sobre el mismo (percepción), y luego emite un juicio una vez finalizado. Por ello, SERVQUAL es una de las principales fuentes de información para que las empresas de servicios conozcan el nivel de satisfacción de sus clientes, identifiquen servicios de oportunidad y propongan y/o implementen mejoras para tener clientes satisfechos. Dado que la capacidad de una empresa para satisfacer a sus clientes es su principal prioridad, han comenzado a buscar formas de mejorar en esta área. Al ofrecer servicios de primer nivel, pueden destacarse de la competencia y fidelizar a los clientes.

Los clientes del Comercial “Mi Mercadito” del cantón El Triunfo ha manifestado un gran descontento por la forma en que los funcionarios de la unidad los han tratado, lo mal que les han explicado los procedimientos que deben seguir y cómo no se les ha brindado una atención de calidad. Ante el tema que nos ocupa, es necesario realizar un análisis del sistema de calidad de la institución en materia de talento humano, identificar los procesos que son más importantes

en el aumento de la insatisfacción de los afiliados y ofrecer alternativas de solución para mejorar la atención que los funcionarios que están en contacto directo con el afiliado brindan.

El cliente, la persona física que proporciona ingresos a la entidad, es responsable de los servicios antes mencionados. Adicionalmente, se encontraron indicios de lentitud en el servicio, falta de interés en atender al afiliado y desconocimiento de los estándares de servicio o de los factores que se deben considerar para entregar un nivel superior de servicio. La idea de calidad se ha arraigado en las organizaciones actuales y en las personas que trabajan en ellas.

La atención al cliente es un aspecto crucial en el ámbito de las organizaciones, ya que si no se realiza de forma adecuada, puede llevar al fracaso de la organización. Esto se debe a que el deseo de alcanzar la perfección en la calidad de los servicios y productos que ofrece la empresa u organización los ha impulsado a trabajar día a día con la mejora continua para lograr sus objetivos. Por lo tanto, es necesario completar este proyecto para evaluar el nivel de satisfacción del cliente con respecto a los servicios prestados.

3.9 Descripción de Catastro

El catastro comercial es una base de datos estructurada de datos alfanuméricos y gráficos sobre los clientes de la EPS, los inmuebles que utilizan y sus conexiones y sistemas de alcantarillado y agua potable existentes. Por su interacción con los demás pasos del ciclo comercial de una EPS, es de suma importancia. En primer lugar, el proceso de acceso al servicio permite el ingreso de nuevos clientes, cuyos datos (propiedad, acometida, etc.) aparecen en el catastro. Adicionalmente, existe una conexión entre los procesos de catastro, medición y facturación. Por ejemplo, el seguimiento de la información catastral de los medidores, incluyendo su ubicación y orden, permite una lectura eficiente de los medidores. Independientemente de que un cliente tenga medidor de consumo o no, los datos precisos sobre las unidades de uso, las categorías tarifarias y los tipos de servicio aseguran que se le facturará el consumo de los productos que se ofrecen en el local. De forma que los reclamos comerciales, sean atendidos de manera efectiva.

Mantener la codificación y el orden de las ubicaciones de las propiedades de cada producto que se ofrecen al cliente, ayuda a garantizar que las actividades se lleven a cabo de manera efectiva, logrando una adecuada distribución de recibos, notificaciones, cortes, reintegros, actividades de cobranza e inspección de siniestros. La base sobre la que se asientan todos los procesos comerciales es la información catastral, en definitiva. Hay un significado en esto, porque asegura la estabilidad financiera de la empresa y posibilita el logro de sus objetivos comerciales al mejorar el proceso de facturación.

Objetivo

Evaluar la calidad en el servicio que presta el Comercial "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo para la determinación el nivel de satisfacción del cliente y el Índice de calidad en el servicio.

Método:

Para evaluar la calidad en el servicio se estableció la metodología SERVQUAL, la cual permitió de manera sistemática obtener de satisfacción del cliente y el índice de calidad en el servicio. Este proyecto se enfocó a evaluar la calidad en el Comercial "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo en el tratamiento del usuario especialmente a la determinación de la satisfacción del cliente cuando demandan el servicio del comercial antes mencionado.

Materiales

La siguiente lista incluye los recursos utilizados para crear este estudio:

- Se utilizaron encuestas locales para adaptar los ítems SERVQUAL al área.
- Cuestionario de la herramienta SERVQUAL; esta herramienta evalúa las expectativas y percepciones para determinar la calidad del servicio. Se utilizó el cuestionario de percepción; fue personalizado para el área de evaluación. Esta encuesta de 18 ítems evalúa cinco características: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Procedimiento:

Se sugirió la metodología SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988) para el desarrollo de esta investigación porque aborda el objetivo planteado anteriormente.

1. Nombre la región y el servicio que brindan.

En este primer paso para la identificación de cada área, se realizó un recorrido con los encargados y se mostraron los procesos realizados por cada uno para obtener un mejor entendimiento de los mismos, con el fin de describir los servicios que ofrece cada uno de ellos.

2. Para cada área, modificar el cuestionario.

En base a la descripción de los servicios que ofrece el área, se modificó el cuestionario SERVQUAL (cuestionario de percepción) para obtener el cuestionario adecuado para cada uno de ellos.

- Los números 1 (muy en desacuerdo) y 7 (muy de acuerdo) se utilizan en la escala de respuesta de la herramienta SERVQUAL.
- La herramienta SERVQUAL, que tiene como finalidad permitir al cliente variar la respuesta a cada pregunta que describe el servicio, utiliza una escala tipo Likert, que consta de cinco puntos, con los números 1 (extremadamente insatisfecho) y 5

(extremadamente satisfecho), para los fines de este proyecto. (A.Parasuraman, 1988)

Aplicar prueba inicial

Se aplicó una prueba inicial con el fin de determinar en el servicio que prestan en el Comercial "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo, los criterios quedan referenciados en cuanto a Fiabilidad, Seguridad, Elementos Tangibles, Capacidad de Respuesta y Empatía de los usuarios por los servicios.

4 Determinar el tamaño de la muestra

Para este punto se utilizó la fórmula empleada en el muestreo sistemático que se muestra a continuación para la estimación de proporciones de población que participaran en el proceso investigativo:

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2}$$

Dónde:

z = Valor del desvío normal al correspondiente nivel de confianza 95% = (1.96)

p = Probabilidad de caso de éxito.

q = Probabilidad de caso desfavorable.

d = Error máximo admisible preedición mínima establecida (5% o 10% según sea el caso).

5 Determinar la frecuencia de aplicación

Para la elaboración de este punto se acudió al área determinada como objeto de estudio con el fin de aplicar los cuestionarios a los usuarios que solicitan el servicio en el Comercial "Mi Mercadito" del cantón El Triunfo. Se siguió el muestreo sistemático para poder establecer cada que tantas personas se aplicarían cada cuestionario.

Se procedió a todo lo referido al área de venta presta servicio y donde los usuarios acuden en demanda de esta. De tal manera que a partir de los registros de consultas diarias se pudo verificar la similitud de los datos. Una vez que se tiene el número de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$K = \frac{N}{n}$$

Dónde:

K= Constante del muestreo sistemático

N= Total de la población

n= Tamaño de la muestra

La frecuencia de los cuestionarios, es decir, el número de personas que fueron invitadas a participar en completar los cuestionarios de forma regular, se determinó aplicando esta fórmula.

6 Use encuestas en la región.

La aplicación de los cuestionarios en el área se realizó de acuerdo con un plan que se desarrolló, respetando la frecuencia que se descubrió durante el muestreo y al mismo tiempo cambió los días de la semana y las horas.

7 Organizar los datos.

Una vez que se completaron los cuestionarios, los datos de cada uno se transfirieron a una base de datos utilizando el programa estadístico Excel para organizarse en una tabla que facilitaría ver los resultados e identificar los servicios de mejora.

8 Interpretar los hallazgos.

Los promedios de las cinco dimensiones y el promedio general del área evaluada se mostraron en una tabla junto con un gráfico de barras para cada una de las cinco dimensiones. A continuación, se creó un gráfico GAP (excepciones de percepciones) para ver cómo difieren dentro de cada dimensión. Finalmente, se creó una lista de la sección de comentarios para ayudar a identificar con qué no está satisfecho el cliente. Los gráficos y la escala Likert se usaron para interpretar cada una de las preguntas.

9 Adquirir el índice de calidad del servicio (ICS).

Después de que se determinaron los puntajes de la encuesta, se realizó un análisis cuantitativo en el que se agregaron los resultados de los puntajes de cada cuestionario para cada elemento, y este número fue dividido por los encuestados totales para determinar el promedio de cada uno de ellos. Además, se determinaron el promedio de la dimensión de calidad y el promedio de la dimensión general. Luego se realizó otro análisis cuantitativo que midió la diferencia entre los medios de (percepciones - expectativas), que representa el nivel de calidad percibido.

4. RESULTADOS

4.1 Contexto del Comercial Mi Mercadito

La organización empresarial que se constituye entidad de estudio tiene su presencia en el cantón El Triunfo. El porcentaje de establecimientos comerciales únicos es mayor en el cantón, donde existen 1353 negocios, los que se clasifican en:

- 24 matrices,
- 82 sucursales
- 55 auxiliares.

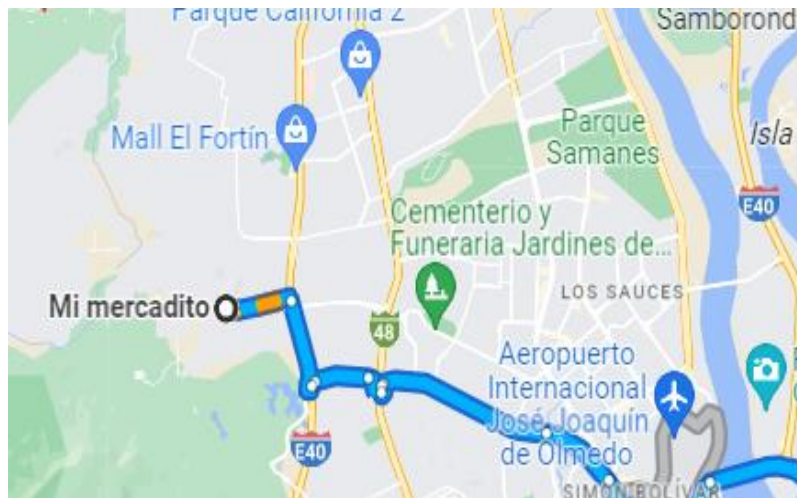
Estas organizaciones pueden clasificarse en:

- Sin fines de lucro que presta servicios a los hogares,
- Empresa privada no financiera,
- Organismo de control extranjero, y público,
- Cooperativa que produce bienes o presta servicios, asociaciones.

A partir de la descripción realizada puede asegurarse que todas estas empresas en sus distintas son las que promueven el desarrollo económico del cantón, garantizando la subsistencia laboral de sus habitantes. Lo anterior indica que el surgimiento de nuevos comerciales, son el reflejo de la existencia de la demanda potencial en El Triunfo. Según Moreno (2018), “existe una demanda insatisfecha del 61,11% de la población en el cantón El Triunfo”, los datos pueden ser aplicados en correspondencia al surgimiento de varios negocios en especial de supermercados.

En este apartado se toma como referencia la organización “Mi Mercadito”, se enmarca en la categoría de servicio, con una presencia en la vida económica del cantón de 38 años, debido a que su fundación data 1985, su esencia comercial es la venta de verduras al por mayor y al por menor. El negocio ha sido fundado por el señor Luis Iván Moreno Buñay, el cual cuenta con el RUC: 0604158220001. El Comercial se encuentra ubicado en el Cantón El Triunfo; Vía Bucay, en la Av. 8 de abril y Adolfo Rodríguez,

Figura 3. Ubicación del Comercial Mi Mercadito



Nota: La información ha sido extraída de Google Maps

4.2 Misión

El comercial “Mi Mercadito”, cuenta con la siguiente misión:

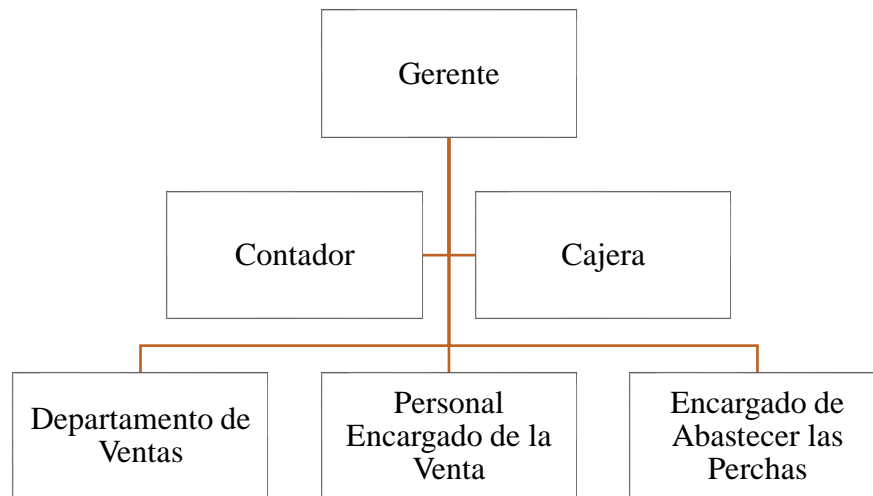
Aportar a la prosperidad de los consumidores, sirviendo a la comodidad, eficacia, brindando diversidad en los servicios y los productos que se ofrecen que sirven para solventar las primeras necesidades de los clientes con precios razonables y accesibles.

4.3 Visión

El comercial “Mi Mercadito”, cuenta con la siguiente visión:

Adquirir la adecuada presencia de clientes al recibir los servicios que presta la organización empresarial, ofertando productos de calidad y garantizando la compra continua y preferencial de los clientes.

Figura 4. Esquema de Estructuras y funciones del comercial “Mi Mercadito”



Nota: Los datos expresados han sido obtenidos del comercial “Mi Mercadito”

4.4 Descripción de los componentes de estructuras y funciones del comercial “Mi Mercadito”

Gerente

1. Controlar la toma de decisiones para lograr un proceso de venta superior.
- 2.- Mantener el control de las principales actividades del comercial.

Contador

- 1.- Lleva la documentación concerniente a las finanzas del comercial y las normas contables.
- 2.- Cierre completo de cuentas comerciales.

Funcionario de Tesorería

- 1.- Introduce los códigos promocionales.
- 2.- Recogida y entrega diaria de dinero en ventanilla.

Departamento de Ventas

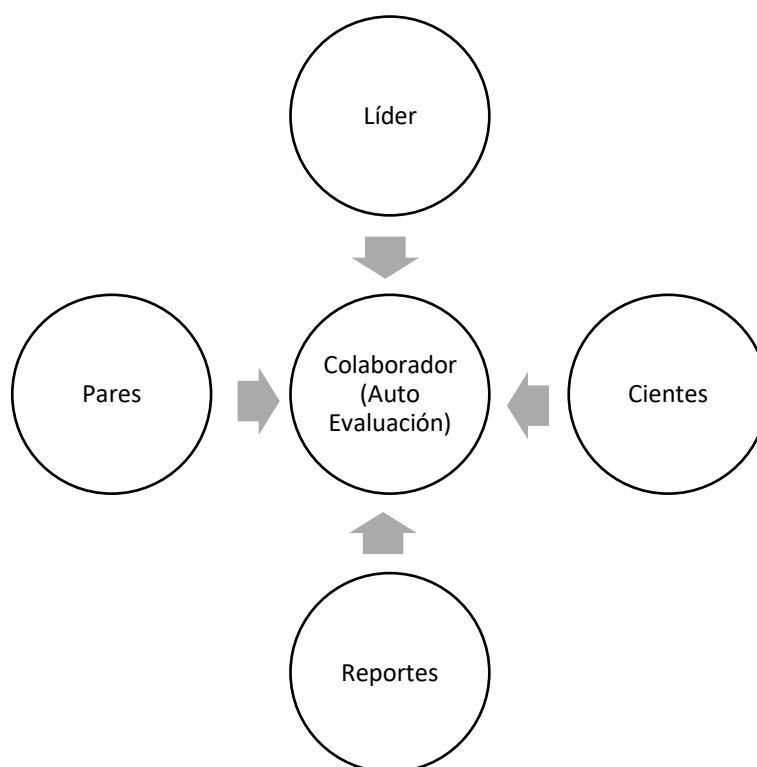
1. El trabajo de 's es producir y organizar productos para la venta.
2. finalizar el seguimiento y registro de los productos comercializados por la empresa.

3. Asegure la atención al cliente y venda la empresa.

4.5 Descripción y definición de la Metodología 360°

Esta parte de contemplar el proceso de retroalimentación que, entre un empleado y sus compañeros en correspondencia a sus destrezas personales y profesionales en el contexto de la Evaluación de 360 grados, identificando las áreas de desarrollo y de las fortalezas claves, los procedimientos inclusivos los que intervienen en la autoevaluación del colaborador. Además, llevar a cabo de las evaluaciones de sus compañeros sobre la base de indicadores como: Líder Inmediato, Pares, Reportes y Clientes.

Figura 5. Esquema Sobre el proceso base de la Metodología 360°



Nota: La figura refleja la descripción del proceso al incluir la función del líder inmediato, de los clientes cercanos, los pares cercanos y los reportes directos

Lo anterior indica que al realizar una evaluación 360° difiere de los contenidos y los procedimientos que tipifican una evaluación de desempeño. Es importante develar dentro de este proceso participan además del Líder Inmediato los compañeros, nutriéndose de enriquecedora experiencia entorno a las evaluaciones 360° que contempla competencias, evaluaciones y encuestas para la constatación.

Objeto de evaluación de la Metodología 360°

El objetivo de la Metodología 360°, es realizar estimaciones sobre la práctica anual que examinan a los colaboradores en el acatamiento de acciones que proporcionen la consecución de los objetivos y derivaciones commensurable, en función de las competencias profesionales y personales.

En tal sentido se considera aspectos como:

- Liderazgo en correspondencia a la responsabilidad, acciones motivadoras, toma de riesgos y de decisiones y accesibilidad.
- Inteligencia Emocional en cuanto a la seguridad, estabilidad y empatía.
- Valores Personales tomando como base a la ética profesional, prestancia física.
- Trabajo en Equipo teniendo como eje esencial la negociación, la retroalimentación, la participación, inclusión y aceptación de diferencia.
- Comunicación estar dotado de cualidades como habilidad para escuchar y presentación oral, y distención de ideas creativas.
- Creatividad tomando como base la resolución asertiva de solución y la innovación.
- Valores Organizacionales cumplimiento de la Visión y Misión, además de manifestarse dentro y fuera de la empresa de forma honesta.

Comportamiento basado en la competencia

Este es uno de los componentes de la metodología, este permite evaluar el desempeño de una competencia o destreza, la que se concreta en acciones manifiestas de los líderes y compañeros de trabajos dentro de la organización empresarial. Esto tiene como objetivo evaluar el dominio de las destrezas objeto de evaluación.

Evaluación del desempeño dentro de la organización

Es importante indicar que la Metodología 360 no fue construida para la generar procesos evaluativos donde se involucren los puntos de vista de un colaborador entorno al cumplimiento de los objetivos organizacionales y la obtención de determinados resultados; asimismo los

clientes o pares debido a que lo descrito se constituye en una función directa del líder de la organización, el cual la realiza de una manera apreciativa, debido a que intervienen procesos psicológicos del líder en esta instancia; sin embargo al existir indicadores de desempeño estos si pueden evaluarse en base a su cumplimiento o no de los mismos.

En tal sentido se precisa de competencias que determinen el proceso de evaluación de esta metodología; se indican a continuación las competencias que debe dominar los colaboradores y los líderes dentro de la empresa:

- Conocimientos Técnicos: Dominio de plataformas digitales y de herramientas ofimáticas conjuntamente con saberes contables y financieros del negocio.
- Dominio del Producto o Servicio: Dominar y exponer sobre las características generales y específicas de los productos que se ofrecen o del servicio de la empresa.
- Soporte al Cliente: Es parte esencial del esquema del trabajo de los colaboradores para el establecimiento y desarrollo de destrezas comunicacionales entre el colaborador y el cliente.
- Habilidad en Ventas: Destreza que de los colaboradores para generar ganancias para la empresa mediante el proceso de venta.

En la metodología de 360, el desempeño y la productividad pretenden generar el potencial de cada colaborador por lo que se precisa la evaluación, estableciendo el Fase a Fase quedando establecido en fases:

Fase 1 Definición de los objetivos por cada proceso

Establecimiento de interrogantes previas, develando las experiencias que garanticen la retroalimentación y el mapeo de las potencialidades de cada colaborador dentro del proceso empresarial. Lo anterior permite la generación de respuestas que indique la solución a los objetivos de la evaluación.

Fase 2 Seleccionar participantes evaluados

La selección de los participantes, líderes y colaboradores precisa de generar las competencias adecuadas para cada uno de los puestos en el contexto operativo de la organización de forma escalonada, develando la necesaria inclusión de los líderes y de los

administrativos. El proceso de selección de los principales líderes cuenta con una tamización que va determinado los rasgos distintivos de cada uno de estos al mismo nivel; lográndose una retroalimentación entre los participantes tengan un mínimo de 3 a 6 meses en la organización.

Fase 3. Seleccionar modelo de competencias

Esta fase si se determina los criterios obtenidos una vez que se materializa la metodología 360°; permitiendo la elaboración y la organización del proceso de evaluación que se genera como parte de esta metodología. De lo antes expuesto se indica que se precisa aspectos como:

Seleccionar áreas de competencia

Indica como característica evaluar conceptos aplicables a las organizaciones empresariales, a partir de las áreas de competencia como la capacidad de influir, de comunicarse entre otras.

Definir escala de evaluación

En este apartado se considera procedimientos de evaluación estableciendo una escala para ejecutarlo de modo par e impar, en correspondencia a la cantidad de opciones. Con lo que se evitaría los puntos intermedios y generaría una escala neutral al evaluador. Obteniéndose una de 4 o 5 opciones. Este procedimiento limita las posibles opciones de los evaluadores.

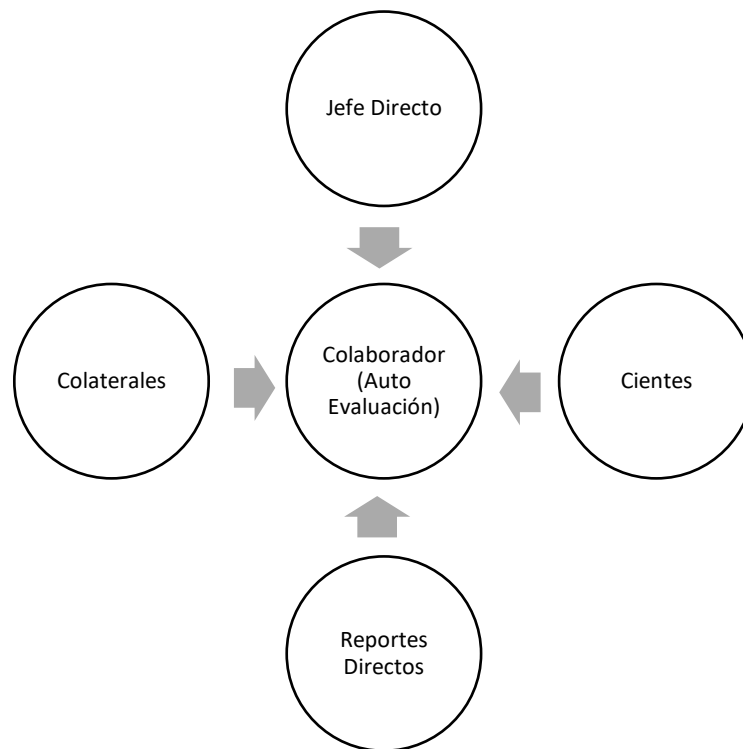
Posibles escalas:

- Casi siempre, Siempre, Nunca, Casi nunca, Algunas veces.
- Cumple satisfactoriamente, Mínimo requerido, Cumple con reservas, Experto, Domina la competencia.

Definir la red de evaluadores.

Se procura establecer una red de evaluadores que establecerán un proceso de retroalimentación, priorizando aspectos dinámicos, tal como se muestran en la figura 6.

Figura 6. Proceso de retroalimentación de la red de evaluadores



Nota: La figura refleja la descripción del proceso de retroalimentación de la red de evaluadores

Autoevaluación

La propia autoevaluación es importante porque permite el establecimiento de nexos y conjeturas que conllevan a la comparación pudiéndose detectar los posibles puntos ciegos de cada de los evaluados, brindando la posibilidad de auto análisis en base a las competencias incidiendo en el mejoramiento del desempeño.

Líder inmediato

En este aspecto se precisa de la retroalimentación continua y constante de los líderes administrativo e inmediato, generando flexibilidad en su forma de análisis de las disímiles perspectivas en la toma de decisiones en el proceso evaluativo al que es sometido el personal que realiza sus funciones en el contexto empresarial mediante su desempeño.

Pares

Para determinación de la gestión de los pares también tienen como eje esencial la retroalimentación para la ejecución del proceso de evaluación 360 grados. Los pares deben tomar en cuenta el contexto y características de cada uno de los evaluados sobre la base de la similitud del desempeño en el cargo a redimir.

Reportes

Los reportes forman parte central del proceso de evaluación 360, esto genera una sección de confiabilidad retroalimentando y colaborando con el líder inmediato de una manera honesta para realizar un proceso que genere manifestaciones de exclusión.

Clientes internos

Los clientes internos generan un sinnúmero de acciones que conllevan a la evaluación y captación de puestos claves en la organización empresarial, como por ejemplo Jefe de Compras, de Contrataciones, Gerente Administrativo.

Clientes externos

Los clientes externos desempeñan un rol estos no llegan a profundizar en conocer en su totalidad al colaborador evaluado.

Fase 4. Escala de evaluación

En esta fase se genera las escalas múltiples en el sistema de interrogante, determinando los resultados, estableciendo la posibilidad de expresar criterios positivo o negativo, también pueden ser pares o impares.

Posibles escalas:

- Casi siempre, Siempre, Nunca, Casi nunca, Algunas veces.
- Cumple satisfactoriamente, Mínimo requerido, Cumple con reservas, Experto,

Fase 5. Definición la confidencialidad de las evaluaciones

La fase de confidencialidad es un aspecto crucial de la evaluación mediante la metodología 360 grados. En esta fase, se garantiza la privacidad y la confidencialidad de los resultados de la evaluación. Durante la evaluación 360 grados, se recopila información sobre el desempeño del evaluado a partir de múltiples fuentes, incluyendo colegas, supervisores y subordinados. Es importante que la información recopilada se maneje de manera confidencial para garantizar la objetividad de los resultados y proteger la privacidad de los participantes.

Para asegurar la confidencialidad, los participantes deben ser informados de que sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y que no se identificará a ningún participante individualmente en los informes de resultados. Además, se debe garantizar que los informes de resultados solo sean entregados a personas autorizadas y que se utilicen para fines específicos de evaluación.

Es importante que se establezcan políticas y procedimientos claros para la recopilación, el manejo y el almacenamiento de los datos recopilados durante la evaluación 360 grados. Esto garantizará que se cumplan con los estándares éticos y de privacidad de la información, y que los participantes se sientan cómodos al proporcionar información honesta y precisa sobre el desempeño del evaluado.

En resumen, la fase de confidencialidad es una parte fundamental de la metodología 360 grados. Garantizar la privacidad y la confidencialidad de los resultados de la evaluación es crucial para proteger la objetividad de los resultados y la privacidad de los participantes.

Fase 6. Implementación de la evaluación y dar acceso.

La implementación de la evaluación mediante la metodología 360 grados requiere varios pasos. A continuación, se presentan los principales pasos para implementar la evaluación y dar acceso mediante esta metodología:

Definir los objetivos de la evaluación: Antes de implementar la evaluación 360 grados, es importante definir los objetivos y el propósito de la evaluación. ¿Cuál es el objetivo de la evaluación? ¿Qué habilidades, competencias o comportamientos se evaluarán? ¿Cómo se utilizarán los resultados de la evaluación?

Seleccionar a los evaluadores: La metodología 360 grados implica la recopilación de información de múltiples fuentes. Por lo tanto, es necesario seleccionar a los evaluadores

adecuados. Por ejemplo, los colegas, supervisores, subordinados, clientes y otros miembros relevantes del equipo pueden ser considerados como evaluadores. Capacitar a los evaluadores: Antes de comenzar la evaluación, es importante capacitar a los evaluadores para asegurarse de que comprendan el proceso de evaluación y las competencias que se deben evaluar.

Realizar la evaluación: La evaluación se lleva a cabo mediante un cuestionario en línea o en papel, que incluye preguntas sobre las habilidades, competencias o comportamientos que se deben evaluar. Los evaluadores completan el cuestionario y envían sus respuestas de manera confidencial. Analizar los resultados: Los resultados de la evaluación se analizan y se presentan en un informe que resume los comentarios y las puntuaciones proporcionados por los evaluadores.

Proporcionar retroalimentación: Los resultados de la evaluación se utilizan para proporcionar retroalimentación al evaluado. Es importante proporcionar retroalimentación constructiva, específica y detallada sobre el desempeño del evaluado. En resumen, la implementación de la evaluación 360 grados implica seleccionar a los evaluadores adecuados, capacitarlos, realizar la evaluación, analizar los resultados y proporcionar retroalimentación al evaluado. Además, es importante garantizar la confidencialidad y la privacidad de los resultados de la evaluación.

Fase 7. Generar resultados y dar retroalimentación

La generación de resultados y la retroalimentación son dos pasos importantes en el proceso de evaluación mediante la metodología 360 grados. A continuación, se presentan los principales pasos para generar resultados y dar retroalimentación:

Analizar los resultados: Después de recopilar las respuestas de los evaluadores, se analizan los resultados para identificar patrones y tendencias en las respuestas. Generar un informe de resultados: Con base en el análisis de los resultados, se genera un informe que resume las respuestas y las puntuaciones de los evaluadores. El informe puede incluir gráficos y tablas para mostrar los resultados de manera clara y visual. Identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora: El informe de resultados permite al evaluado y al equipo de evaluación identificar las áreas en las que el evaluado tiene fortalezas y las oportunidades de mejora en su desempeño.

Proporcionar retroalimentación: Con base en el informe de resultados, se proporciona retroalimentación al evaluado. Es importante proporcionar retroalimentación específica, detallada y constructiva sobre el desempeño del evaluado. La retroalimentación debe ser enfocada en las áreas de mejora identificadas y en cómo el evaluado puede trabajar para mejorar su desempeño.

Establecer un plan de acción: Después de recibir retroalimentación, el evaluado y el equipo de evaluación pueden establecer un plan de acción para abordar las áreas de mejora identificadas. El plan de acción puede incluir objetivos específicos, plazos y recursos necesarios para alcanzar los objetivos de mejora.

En resumen, la generación de resultados y la retroalimentación son dos pasos importantes en el proceso de evaluación mediante la metodología 360 grados. Es importante analizar los resultados para identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora, proporcionar retroalimentación específica y detallada, y establecer un plan de acción para abordar las áreas de mejora identificadas. La retroalimentación debe ser constructiva y enfocada en ayudar al evaluado a mejorar su desempeño.

Esperar a que todos hayan terminado

Es importante esperar a que todos los evaluadores hayan completado la evaluación antes de generar resultados y proporcionar retroalimentación dentro de la metodología 360 grados. Esto es necesario para garantizar la confidencialidad de los resultados y para que el evaluado reciba una evaluación completa y equilibrada. Es recomendable establecer una fecha límite para que los evaluadores completen la evaluación y proporcionar recordatorios periódicos para asegurarse de que todos los evaluadores hayan tenido suficiente tiempo para completar la evaluación. Una vez que se haya alcanzado la fecha límite, se pueden comenzar a generar los resultados y proporcionar retroalimentación.

Es importante tener en cuenta que la retroalimentación debe ser proporcionada de manera oportuna. Si se retrasa demasiado, el evaluado puede perder el interés o la motivación para mejorar su desempeño. Es recomendable establecer un plazo razonable para proporcionar retroalimentación después de que se hayan generado los resultados.

En resumen, es importante esperar a que todos los evaluadores hayan completado la evaluación antes de generar resultados y proporcionar retroalimentación dentro de la

metodología 360 grados. Se recomienda establecer una fecha límite y proporcionar recordatorios periódicos para asegurarse de que todos los evaluadores completen la evaluación a tiempo. La retroalimentación debe ser proporcionada de manera oportuna para que el evaluado pueda actuar en consecuencia para mejorar su desempeño.

Identificar fortalezas, áreas de oportunidad y puntos ciegos

La metodología 360 grados es una herramienta de evaluación que permite a los evaluadores proporcionar retroalimentación integral sobre el desempeño de un individuo en una organización. Al utilizar esta metodología, se pueden identificar las fortalezas, áreas de oportunidad y puntos ciegos de la persona evaluada. A continuación, se explica cada una de estas áreas:

Fortalezas: Las fortalezas son las habilidades y cualidades que el evaluado posee y que lo hacen destacar en su trabajo. Al utilizar la metodología 360 grados, se pueden identificar las fortalezas del evaluado a través de las respuestas de los evaluadores. Esto permite al evaluado reconocer y capitalizar sus habilidades y cualidades positivas.

Áreas de oportunidad: Las áreas de oportunidad son las habilidades y cualidades que el evaluado necesita mejorar para ser más efectivo en su trabajo. Al utilizar la metodología 360 grados, se pueden identificar estas áreas de oportunidad a través de las respuestas de los evaluadores. Esto permite al evaluado comprender en qué áreas necesita mejorar y desarrollar un plan para hacerlo.

Puntos ciegos: Los puntos ciegos son las habilidades y cualidades que el evaluado no reconoce en sí mismo pero que los evaluadores perciben. Al utilizar la metodología 360 grados, se pueden identificar los puntos ciegos del evaluado a través de las respuestas de los evaluadores. Esto permite al evaluado ser más consciente de sus habilidades y cualidades positivas, así como de las áreas en las que necesita mejorar.

Es importante recordar que, aunque la metodología 360 grados puede proporcionar información valiosa sobre el desempeño de un individuo, no es una herramienta perfecta y puede tener limitaciones. Los resultados pueden ser influenciados por factores como la percepción subjetiva de los evaluadores y la calidad de las preguntas de evaluación. Es importante utilizar la metodología 360 grados como parte de un enfoque integral para la

evaluación del desempeño y considerar los resultados en conjunto con otras fuentes de información.

Generar gráficas

La generación de gráficas es una herramienta valiosa dentro de la fase de la generación de resultados y retroalimentación en la metodología de 360 grados. Las gráficas permiten visualizar los resultados de la evaluación de manera clara y fácil de entender, lo que facilita la identificación de patrones y tendencias en el desempeño del evaluado. Para generar gráficas en la metodología de 360 grados, se pueden utilizar diferentes herramientas y programas de software que permiten agregar, analizar y visualizar los datos obtenidos de los evaluadores. Algunos ejemplos de estas herramientas son Excel, Tableau y Google Sheets.

Las gráficas pueden mostrar los resultados de manera individual o en comparación con los promedios de la organización o equipo de trabajo. Las gráficas también pueden mostrar los resultados por cada una de las competencias o áreas de evaluación, lo que permite identificar las fortalezas y oportunidades de mejora del evaluado en cada una de ellas. Una vez que se han generado las gráficas, es importante proporcionar retroalimentación al evaluado. La retroalimentación debe incluir una explicación clara y detallada de los resultados, así como recomendaciones específicas para mejorar el desempeño. Es importante ser objetivo y centrarse en los resultados, evitando cualquier tipo de juicio personal.

En resumen, la generación de gráficas es una herramienta valiosa dentro de la fase de la generación de resultados y retroalimentación en la metodología de 360 grados. Las gráficas permiten visualizar los resultados de manera clara y fácil de entender, lo que facilita la identificación de patrones y tendencias en el desempeño del evaluado. Es importante proporcionar retroalimentación clara y detallada al evaluado, enfocándose en los resultados y evitando cualquier tipo de juicio personal.

Dar retroalimentación directa a cada colaborador

Dar retroalimentación directa a cada colaborador es un paso importante dentro de la fase de la generación de resultados y retroalimentación en la metodología de 360 grados. La retroalimentación debe ser clara, honesta y constructiva, y debe proporcionarse en un ambiente seguro y respetuoso. Para proporcionar retroalimentación directa a cada colaborador, es recomendable seguir los siguientes pasos:

Programar una reunión individual con cada colaborador: Es importante programar una reunión individual con cada colaborador para proporcionar la retroalimentación. La reunión debe ser programada con anticipación para que el colaborador tenga tiempo suficiente para prepararse y estar listo para la conversación. Proporcionar retroalimentación objetiva: Es importante ser objetivo y proporcionar retroalimentación específica y detallada sobre el desempeño del colaborador. La retroalimentación debe centrarse en los resultados de la evaluación y en las competencias o áreas de evaluación.

Reconocer las fortalezas del colaborador: Es importante reconocer las fortalezas del colaborador y destacar los aspectos positivos de su desempeño. Esto ayudará a motivar al colaborador y a aumentar su autoestima. Identificar las áreas de oportunidad: Es importante identificar las áreas de oportunidad del colaborador y proporcionar recomendaciones específicas para mejorar su desempeño. La retroalimentación debe ser constructiva y enfocada en el desarrollo del colaborador.

Proporcionar apoyo y recursos: Es importante ofrecer apoyo y recursos al colaborador para ayudarlo a mejorar en las áreas de oportunidad identificadas. Esto puede incluir capacitación, mentoría o coaching. En resumen, dar retroalimentación directa a cada colaborador es un paso importante dentro de la fase de la generación de resultados y retroalimentación en la metodología de 360 grados. Es importante programar una reunión individual con cada colaborador, proporcionar retroalimentación objetiva, reconocer las fortalezas del colaborador, identificar las áreas de oportunidad, y ofrecer apoyo y recursos para ayudarlo a mejorar.

4.6 Aplicación de la encuesta sobre la necesidad de la Metodología 360 grados

La metodología 360 grados implica la evaluación del desempeño de los trabajadores por parte de múltiples fuentes, incluyendo supervisores, compañeros de trabajo y subordinados. Las encuestas son una herramienta importante en la recopilación de información para la evaluación 360 grados, ya que permiten a los trabajadores expresar sus opiniones y percepciones de manera anónima y confidencial.

La importancia radica en que:

Retroalimentación constructiva: Las encuestas permiten a los trabajadores recibir retroalimentación constructiva de múltiples fuentes, lo que puede ayudarles a mejorar su desempeño laboral y desarrollar habilidades y competencias adicionales.

Comprensión de la percepción de los demás: Las encuestas permiten a los trabajadores entender cómo son percibidos por otros, lo que puede ayudarles a ajustar su comportamiento y mejorar su relación con sus compañeros de trabajo y supervisores.

Participación en el proceso de evaluación: Las encuestas permiten a los trabajadores participar en el proceso de evaluación, lo que puede aumentar su sentido de participación y compromiso en el lugar de trabajo.

Mejora de la comunicación: Las encuestas pueden ayudar a mejorar la comunicación entre los trabajadores y sus supervisores, compañeros de trabajo y subordinados. La retroalimentación recibida a través de las encuestas puede ayudar a identificar áreas de mejora en la comunicación y a desarrollar soluciones efectivas para abordar esos problemas.

En resumen, las encuestas son una herramienta importante en la metodología 360 grados para recopilar información valiosa sobre el desempeño laboral de los trabajadores. Permiten a los trabajadores recibir retroalimentación constructiva, entender la percepción de los demás, participar en el proceso de evaluación y mejorar la comunicación. Esto puede ayudar a mejorar el desempeño laboral, la relación entre los trabajadores y la satisfacción general en el lugar de trabajo.

Se aplicó encuesta cerrada es una técnica de recopilación de datos que utiliza preguntas estructuradas que ofrecen opciones de respuesta predeterminadas. En otras palabras, las encuestas cerradas proporcionan opciones limitadas y específicas a los encuestados para seleccionar una respuesta que mejor se ajuste a su opinión o experiencia.

Las encuestas cerradas pueden ser utilizadas para recopilar información sobre diferentes temas, como las opiniones y actitudes de los consumidores hacia un producto o servicio, la satisfacción de los empleados con su lugar de trabajo, las preferencias de los votantes en una elección, entre otros.

Algunas características de las encuestas cerradas son:

Preguntas estructuradas: Las preguntas están diseñadas para obtener información específica y tienen una estructura clara y definida.

Opciones de respuesta predefinidas: Las opciones de respuesta son limitadas y predefinidas para que los encuestados seleccionen la que mejor se ajuste a su opinión o

experiencia.

Fácil de analizar: Las encuestas cerradas son fáciles de analizar y tabular los resultados, lo que permite una fácil comprensión de los datos.

No permiten respuestas abiertas: Las encuestas cerradas no permiten respuestas abiertas y espontáneas, lo que puede limitar la profundidad de las respuestas.

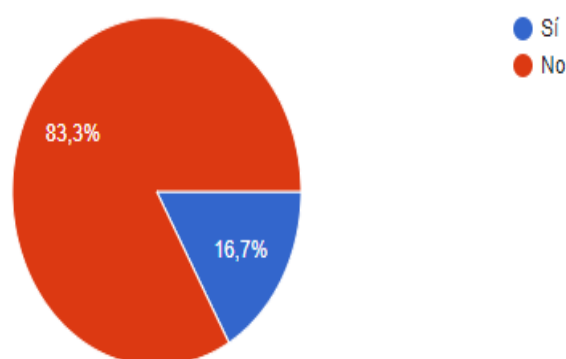
Las encuestas cerradas son una herramienta útil para recopilar datos de manera eficiente y sistemática, permitiendo a los investigadores obtener información precisa y fácilmente analizable sobre una variedad de temas.

4.7 Aplicación de la encuesta a los trabajadores

Figura 7 Aplicación de la Metodología 360 Grados en el Comercial Mi Mercadito

1. ¿Se aplica en el comercial Mi Mercadito la gestión financiera mediante la Metodología de 360 grados?

6 respuestas



Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Elaborado por: Autor

Se evidenció en esta encuesta que las escalas porcentuales con respecto a la pregunta 1 de la encuesta, donde el 83,3% de los encuestados contestaron que desconocen, de igual manera el 16,7 % contestaron que sí conocen. Por lo que se puede indicar, que con respecto a esta pregunta se evidencia que la mayoría de los encuestados desconocen si se ha aplicado o no la Metodología de 360 grados en el comercial.

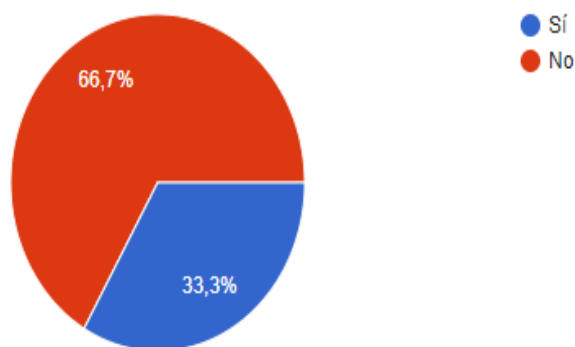
La metodología de 360 grados no es una herramienta específica de gestión financiera, sino que es una herramienta de evaluación de desempeño que puede ser aplicada en distintos ámbitos, incluyendo el financiero. En términos generales, la gestión financiera se enfoca en la planificación, control y seguimiento de los recursos financieros de una organización, mientras que la metodología de 360 grados se enfoca en recopilar y analizar feedback de distintas fuentes, como colegas, supervisores y subordinados, para evaluar el desempeño de un individuo.

No obstante, algunas empresas pueden optar por utilizar la metodología de 360 grados como una herramienta de evaluación del desempeño financiero de sus empleados y directivos, lo que podría incluir aspectos como la toma de decisiones financieras, la gestión de riesgos, la capacidad de análisis financiero, entre otros. En resumen, la metodología de 360 grados no es una herramienta exclusiva de la gestión financiera, pero puede ser utilizada en este ámbito o en cualquier otro donde se busque evaluar el desempeño de las personas de manera integral.

Figura 8 Reconocimiento de la Metodología 360 Grados en el Comercial Mi Mercadito

2- ¿Estás familiarizado con la metodología de evaluación de 360 grados?

6 respuestas



Nota: Datos obtenidos de la Investigación. Elaborado por: Autor

Se pudo apreciar como resultado de la encuesta aplicada que con respecto a la pregunta 2, donde El 66,7 % contestaron que no están familiarizados con esta metodología, de igual manera el 33.3 % contestaron que si conocen. Por lo que se puede indicar, que con respecto a esta pregunta se evidencia que la mayoría de los encuestados no conocen o no se encuentran con dominio de la Metodología 360 grados.

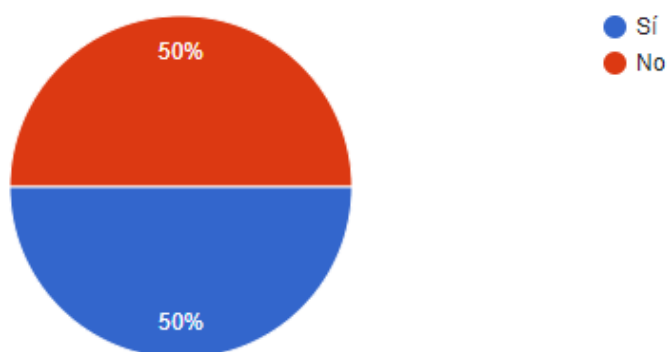
Es una técnica de evaluación de desempeño en la que se solicita retroalimentación a

diversas fuentes, como supervisores, subordinados, colegas y clientes, para obtener una evaluación más completa del desempeño de un individuo. La retroalimentación se proporciona de forma anónima y confidencial, lo que puede fomentar una mayor honestidad y objetividad en la evaluación. La metodología de 360 grados se utiliza comúnmente en el ámbito laboral para evaluar el desempeño de los empleados y directivos, y puede ser una herramienta valiosa para identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora en el desempeño laboral.

Figura 9. Experiencia práctica de la Metodología 360 grados en el Comercial Mi Mercadito

3. ¿Has participado en una evaluación de 360 grados alguna vez?

6 respuestas



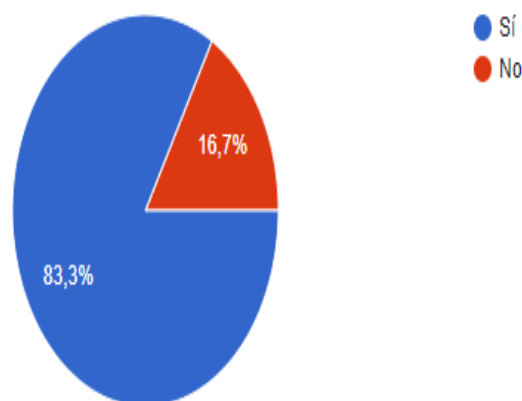
Nota: Datos obtenidos de la Investigación. Elaborado por: Autor

Las escalas porcentuales con respecto a la pregunta 3 de la encuesta, expresan que el 50% de los encuestados contestó que no conocen, de igual manera el 50 % contestaron que si conocen. Por lo que se puede indicar, que con respecto a esta pregunta se evidencia que de alguna forma ya existen conocimientos previos sobre esta metodología ya fueran adquiridos de forma práctica o de forma teórica.

Figura 10 La Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito incide en el desempeño laboral

4. ¿Crees que la evaluación de 360 grados es una herramienta efectiva para mejorar el desempeño laboral en el comercial Mi Mercadito?

6 respuestas



Nota: Datos obtenidos de la Investigación. Elaborado por: Autor

La figura expresa las escalas porcentuales con respecto a la pregunta 4 de la encuesta, donde el 16,7% de los encuestados contestó que no consideran a la metodología como una herramienta efectiva en el desempeño laboral y el 83,3 % contestaron que si consideran a la metodología como una herramienta efectiva en el desempeño laboral. Por lo que se puede indicar, que con respecto a esta pregunta se evidencia que la mayoría de los encuestados si ven la necesidad de generar este tipo de evaluación.

La evaluación de 360 grados puede ser una herramienta efectiva para mejorar el desempeño laboral, siempre y cuando se utilice adecuadamente. Al obtener retroalimentación de diferentes fuentes, como supervisores, subordinados, colegas y clientes, se pueden identificar patrones de fortaleza y áreas de mejora en el desempeño de un individuo, lo que puede ayudar a enfocar los esfuerzos de desarrollo y entrenamiento.

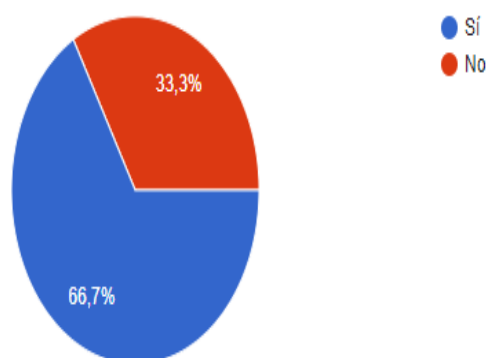
Sin embargo, es importante tener en cuenta que la evaluación de 360 grados no es una solución completa para mejorar el desempeño laboral. Es solo una herramienta que debe ser utilizada en combinación con otros enfoques, como la retroalimentación continua, el coaching y el desarrollo de habilidades específicas.

Además, la evaluación de 360 grados puede ser susceptible a ciertos sesgos y problemas, como la falta de confidencialidad, la falta de participación de algunos evaluadores, la falta de claridad en los objetivos y criterios de evaluación, entre otros. Por lo tanto, es importante que las organizaciones utilicen la metodología de 360 grados de manera cuidadosa y responsable, y que proporcionen el entrenamiento adecuado tanto para los evaluadores como para los evaluados, para asegurar una evaluación objetiva y justa.

Figura 11. Incidencia de la evaluación práctica de la Metodología 360 grados en el comercial Mi Mercadito por terceros

5. ¿Crees que la evaluación de 360 grados debería ser realizada por un tercero independiente o por la misma empresa?

6 respuestas



Nota: Datos obtenidos de la Investigación. Elaborado por: Autor

La figura expresa las escalas porcentuales con respecto a la pregunta 5 de la encuesta, donde el 33,3% de los encuestados contestó que no reconocen, y el 86,7 % contestaron que si conocen. Por lo que se puede indicar, que con respecto a esta pregunta se evidencia que la mayoría de los encuestados si reconocen la necesidad de que terceros hagan una evaluación integral sobre el desempeño laboral del Comercial Mi Mercadito.

La decisión de quién debe realizar la evaluación de 360 grados dependerá de las necesidades y circunstancias específicas de cada organización. Ambas opciones tienen sus ventajas y desventajas. Si la evaluación es realizada por un tercero independiente, como una empresa de consultoría externa, puede haber una mayor objetividad y confidencialidad en la evaluación. Los evaluadores pueden sentirse más cómodos para proporcionar comentarios

honestos y objetivos, sin temor a represalias o a posibles conflictos de interés. Además, el tercero independiente puede tener más experiencia y habilidades en la realización de evaluaciones de 360 grados, lo que podría conducir a una evaluación más efectiva.

Por otro lado, si la evaluación es realizada por la misma empresa, puede haber una mayor familiaridad con la cultura y el contexto laboral, lo que podría conducir a una evaluación más precisa y relevante. Además, la empresa podría tener más facilidad para integrar los resultados de la evaluación en el plan de desarrollo y capacitación de los empleados, lo que podría conducir a una mayor efectividad en la mejora del desempeño laboral.

En resumen, la elección entre un tercero independiente o la misma empresa para realizar una evaluación de 360 grados dependerá de las necesidades y circunstancias específicas de cada organización. Lo más importante es asegurarse de que se realice una evaluación objetiva, justa y confidencial, y que se tomen medidas para mejorar el desempeño laboral en función de los resultados de la evaluación.

4.8 Plan estratégico de implementación de la metodología 360 grados

La metodología de evaluación de 360 grados es una herramienta de gestión de recursos humanos que permite recopilar información sobre el desempeño laboral de un empleado de múltiples fuentes, incluyendo sus supervisores, colegas y subordinados, así como autoevaluaciones. Esta información se utiliza para identificar fortalezas y áreas de mejora en el desempeño laboral y para desarrollar planes de acción para mejorar el rendimiento. La implementación de un plan estratégico con la metodología de evaluación de 360 grados puede tener varias ventajas importantes para una organización: La evaluación de 360 grados permite una evaluación exhaustiva y objetiva del desempeño de un empleado, lo que puede identificar áreas de mejora en su trabajo.

La evaluación de 360 grados recopila información de múltiples fuentes, lo que proporciona una visión más completa y precisa del desempeño de un empleado en comparación con una evaluación realizada solo por el supervisor. La evaluación de 360 grados se centra en el desarrollo de habilidades y competencias para mejorar el desempeño laboral, lo que puede resultar en una fuerza laboral más competente y productiva.

La implementación de la metodología de evaluación de 360 grados puede ayudar a fomentar una cultura de retroalimentación constructiva y objetiva en la organización. Mejora de la retención de empleados: La implementación de la metodología de evaluación de 360

grados puede demostrar a los empleados que la organización se preocupa por su desarrollo y crecimiento profesional, lo que puede aumentar la retención de empleados y reducir los costos asociados con la rotación de personal.

En resumen, la implementación de un plan estratégico con la metodología de evaluación de 360 grados puede ser una inversión valiosa para mejorar el desempeño laboral y la cultura organizacional, lo que puede conducir a una organización más exitosa y productiva a largo plazo y debe incluir los siguientes pasos:

Comunicación y compromiso: Es importante comunicar los objetivos y beneficios de la metodología 360 grados a todos los empleados y asegurarse de que estén comprometidos con la implementación del proceso de evaluación. La alta dirección debe liderar el cambio y demostrar su compromiso.

Identificación de competencias clave: Identificar las competencias y habilidades clave necesarias para el éxito en el trabajo y en la empresa, para desarrollar los cuestionarios de evaluación de 360 grados.

Desarrollo de cuestionarios de evaluación: Crear cuestionarios personalizados que se adapten a las necesidades y objetivos específicos del negocio comercial. Los cuestionarios deben contener preguntas para evaluar las habilidades y competencias identificadas.

Entrenamiento: Capacitar a los empleados y gerentes en cómo administrar y completar los cuestionarios de evaluación de 360 grados y en cómo proporcionar retroalimentación constructiva y objetiva.

Implementación: Realizar la evaluación de 360 grados, administrando los cuestionarios de evaluación a los empleados y gerentes y asegurándose de que se completen de manera oportuna.

Análisis de resultados: Analizar los resultados de la evaluación y proporcionar retroalimentación individual a los empleados y gerentes sobre sus fortalezas y áreas de mejora. Además, se pueden identificar patrones y tendencias comunes en los resultados para identificar áreas de mejora organizacional.

Planes de acción: Desarrollar planes de acción para abordar las áreas de mejora identificadas y asegurarse de que se implementen de manera efectiva.

Seguimiento y monitoreo: Realizar un seguimiento y monitoreo continuo del progreso y los resultados del proceso de evaluación de 360 grados y ajustar el plan de acción según sea necesario.

En general, la implementación de la metodología 360 grados puede ser una herramienta poderosa para mejorar el desempeño y la cultura organizacional de un negocio comercial. Con un plan de implementación sólido y una comunicación clara y comprometida, puede ser una inversión valiosa para el futuro éxito de la empresa.

4.9 RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez realizado este trámite se calcula el Índice de Calidad de Servicio (ICS) en el Comercial “Mi Mercadito” del cantón El Triunfo. Cada dimensión, que fue objeto de análisis para este estudio, sirvió como referencia de comparación a partir de los ítems que la componían, y la fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{ICS} = \text{importancia} * (\text{Percepciones} - \text{Expectativas})$$

Se calcula el Índice Global de la Calidad en el Servicio, con la misma fórmula de los ICS de cada dimensión.

$$\text{ICS global} = \sum \text{ICS}_i$$

La interpretación de este índice se realiza bajo el criterio fundamental de que, en el caso de un número negativo, significa que las expectativas son superiores a las percepciones reales, y en el caso de un número positivo, significa que las percepciones reales de los usuarios son superiores a las expectativas, lo que significa que la empresa está superando las expectativas con el porcentaje obtenido.

Resultados

Identificar el área y el servicio que ofrecen

Tabla 7. Constatación de aspectos observados

Servicios	Usuarios
- Selección de los productos para la venta	- Solicitud del servicio. - Acceso al servicio que ofrece el comercial. - Los afiliados del comercial se muestran interesados en realizar las compras en el local. - Atención y estimulación por las compras que se realizan en el comercial. - Con respecto a los productos que más se compran. - Los horarios donde ocurre la mayor demanda de los productos.
- Seguimiento del comportamiento de los productos de primera demanda	- Recibió regalos e incentivos por la compra realizada en el comercial.

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación

Estos dos servicios atienden a cualquier cliente que precise de realizar una compra en el comercial.

2 Adaptar el cuestionario a cada servicio

En esta etapa del desarrollo del proyecto el cuestionario se acoge a los aspectos que plantea la herramienta SERVQUAL para percepciones (ver Anexo). En tal sentido, se ha realizado una adaptación de acuerdo a las características que conforman cada uno de los servicios objeto de evaluación. Se analizaron los cuestionarios que el área aplica a sus usuarios para evaluar la calidad en el servicio para retroalimentar los aspectos que se ajusten y estén contenidos en el cuestionario de la herramienta SERVQUAL, los que asumen solo para fines investigativos.

Para cada servicio, los elementos se condensaron y se cambió el lenguaje. Debido a que facilita completar el cuestionario e interpretar los resultados de la encuesta, se decidió utilizar la misma versión condensada de 5 niveles de la escala de Likert que emplea SERVQUAL.

Tabla 8. Significado de la Escala Likert para interpretar la satisfacción del cliente

Nivel de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Extremadamente insatisfecho	0-140
2	Insatisfecho	20-60
3	Neutro	40-51

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación

3 Aplicar prueba piloto

En esta actividad se obtuvo: el tiempo que las personas tardaron en contestar, su reacción, se detectaron errores de redacción, la probabilidad de éxito (p) y la probabilidad de fracaso (q).

4 Determinar el tamaño de la muestra-Para este punto se utilizó la fórmula empleada en el muestreo sistemático para cada una del área a evaluar. A continuación, se presenta la aplicación de la fórmula.

Tabla 9 Determinación del tamaño de la muestra

Servicios	Usuarios
Datos: z=1.96 p=.4 q=.4 d=.1	Datos: z=1.96 p=.6 q=.2 d=.05
$n = \frac{(1.96)^2 (.4) (.4)}{(.1)} = 61.46$	$n = \frac{(1.96)^2 (.6) (.2)}{(.05)} = 46.09$
Esto indica que se deben aplicar 61 Encuestas al área de ventas.	Lo que indica que se deben aplicar 46 Encuestas al criterio de incentivos para que los clientes sigan haciendo compras en el comercial.

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

5 Determinar la frecuencia de aplicación

Para encuestar a los usuarios se requirió de cálculos estadísticos, para determinar la frecuencia en que serían encuestados. La aplicación se realizó en un lapso de dos semanas, la fórmula, los resultados se muestran en la Tabla 4 siguiente:

Tabla 10 Frecuencia de medición para cada área evaluada

Área de Atención Primaria	Área de Seguimiento al tratamiento del usuario
<p>Donde: K= Constante del muestreo N= 61.46 (se obtuvo con base al monitoreo en el cual 25 personas que acuden al comercial, se multiplicaron por 5, que son los días de la semana que se aplicaron las encuestas n=61.46</p> $K = \frac{251}{61.46} = 4.083 \cong 4 \text{ personas}$ <p>Esto quiere decir que se aplicó el cuestionario a una de cada 3 personas que acudieron al comercial para solicitar los principales servicios.</p>	<p>K= Constante del muestreo N= 61.09 (se obtuvo con base al monitoreo en el cual 25 personas que acuden al comercial, se multiplicaron por 5, que son los días de la semana que se aplicaron las encuestas n=251.140</p> $K = \frac{35.140}{35.140} = 76.24 \cong 20 \text{ personas}$ <p>Esto quiere decir que se aplicó el cuestionario a una de cada 3 personas que acudieron al comercial para solicitar los principales servicios.</p>

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

6 Aplicar cuestionarios al área

Se aplicaron los 30 cuestionarios a clientes que se consideran asiduos y que generan compras en el comercial, posteriormente se aplicaron los cuestionarios relacionado al servicio que se ofrece en el comercial, 22 cuestionarios aplicados. Estos se aplicaron en diferentes días y horas de la semana para poder así tener mejores resultados y más confiables.

Tabla 11 Plan de aplicación de cuestionarios en la prestación de servicios en el Comercial.

	lunes 19 de Junio	viernes 23 de Junio	Miércoles 28 de Junio	Viernes 05 de Julio	Martes 11 de Julio
Horario					
8 a 9					
9 a 10	25				25
10 a 11		13		12	
11 a 12			22		
12 a 1					
1 a 2					
2 a 3		11		11	

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

7 Organizar la información

Se calculó el promedio de cada ítem que contenían las dimensiones de la herramienta SERVQUAL mostrando el comportamiento por medio de gráficas de barras.

8 Interpretar resultados

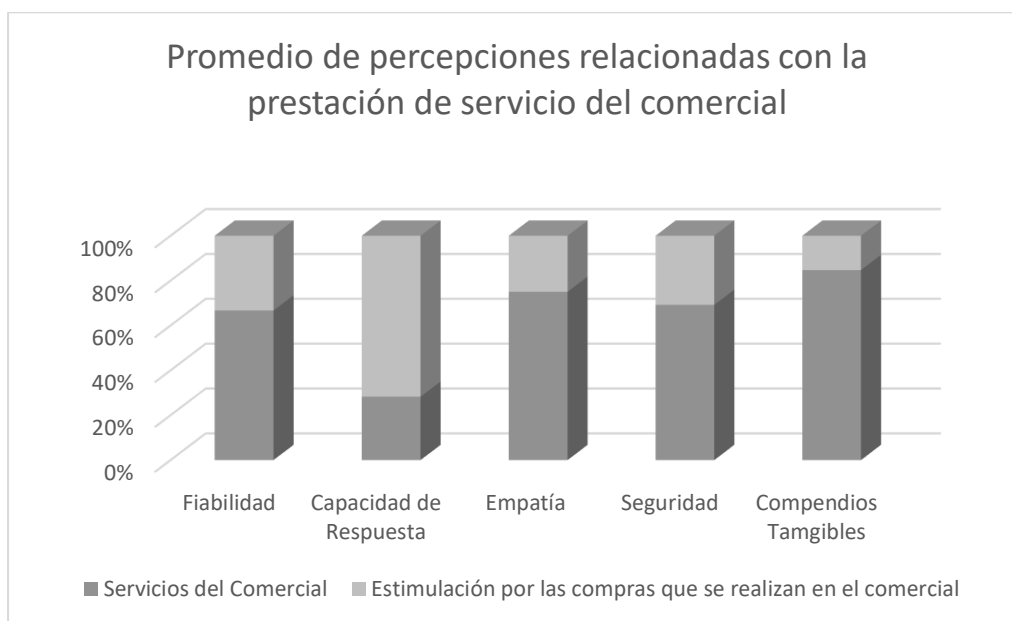
Para la interpretación se toman los criterios referidos al servicio en cuanto a:

- *Atención al cliente que demanda un eficiente servicio*
- *Incentivos al realizar una compra.*

A partir de lo expresado se indica que se muestra en gráficas de barras los promedios

alcanzados según los criterios evaluados con relación a los servicios que ofrece el comercial. Mostrando el comportamiento de cada uno de los aspectos.

Figura 12 Promedio de percepciones relacionadas con la prestación de servicio del comercial.



Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

Tabla 12. Promedio General Del Área De Catastro.

	Compendios tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Promedio	5,52	2,0	2,54	2,24	3
Promedio General	3.06= 72.7 % (Satisfecho)				

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

La tabla presentada de los promedios en general de Consulta Externa fue de 3.81 lo que equivale a 76.2% del rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala Likert, lo que indica que se establece que tiene un rango satisfactorio según la percepción del cliente.

Al utilizar la herramienta SERVQUAL se analiza el comportamiento del promedio de las calificaciones de percepciones considerando que los usuarios esperan recibir un servicio

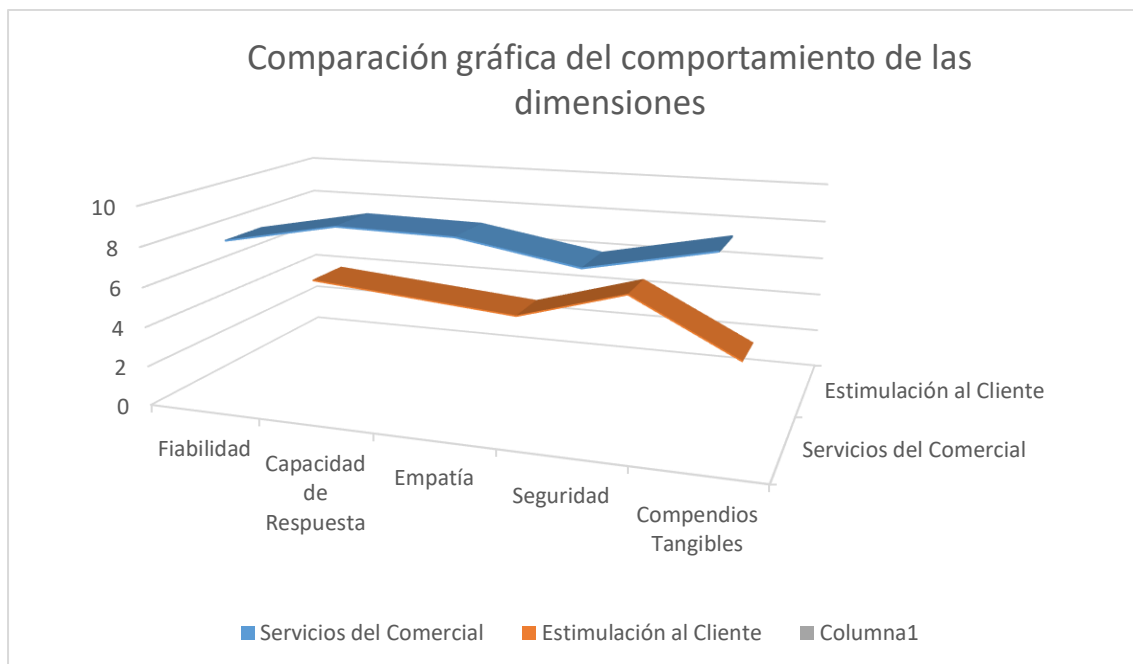
extremadamente satisfecho. En la figura se muestra la brecha que existe entre lo que el cliente espera (Expectativas) y lo que el cliente percibe.

Figura 13. Brechas de dimensiones objeto de análisis de la investigación.



Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

FIGURA 14. Comparación gráfica del comportamiento de las dimensiones



Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

Respecto a la se muestran las brechas que existen entre las expectativas y las percepciones de los usuarios, lo que quiere decir que, es la diferencia que existe entre lo que el contribuyente espera obtener del servicio y lo que ha recibido del, al analizar la gráfica se observa que la dimensión más cercana es empatía, seguido de, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles.

Para el área de Ingresos

Se obtuvo el promedio de las dimensiones evaluadas del área ingresos, aquí se muestra el comportamiento de cada dimensión por medio de una serie de graficas de barras. Se puede observar que seguridad fue la dimensión más alta con un promedio de lo que equivale a 72.2% del rango del porcentaje de satisfacción del cliente, lo cual indica que el cliente está satisfecho con los elementos tangibles, por otro lado la dimensión más afectada fue capacidad de respuesta ya que obtuvo 2,24 de promedio que equivale a un 48.2% del rango del porcentaje de satisfacción lo que indica que está en un rango satisfactorio pero muy bajo ya que no hay respuesta rápida al servicio que el cliente espera. El promedio de la calificación del área se explica a continuación.

Tabla 13. Promedio general del área de ingresos

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Promedio	3.18	3.77	3.81	3.63	3.10
Promedio General	3.40 = 68.2% (Satisfecho)				

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

En esta tabla el promedio general de Ingresos fue de 3.31 lo que equivale a 66.2% del rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala Likert, lo que indica que se encuentra en un rango satisfactorio según la percepción del cliente.

Al utilizar la herramienta SERVQUAL se analiza el comportamiento del promedio de las calificaciones de percepciones considerando que los usuarios esperan recibir un servicio

extremadamente satisfecho. Se muestra la brecha que existe entre lo que el cliente espera (Expectativas) y lo que el cliente percibe.

La brecha que existe entre las expectativas y las percepciones de los usuarios, con esto se establece la diferencia que existe entre lo que el cliente espera obtener del servicio y lo que ha recibido de él. Al analizar el grafico se observa que la dimensión más cercana a las expectativas es: seguridad, seguido de fiabilidad, empatía, elementos tangibles y capacidad de respuesta.

Tabla 14. Obtener el Índice de Calidad

	Compendios tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Expectativas	5	5	5	5	5
Percepciones	3.57	3.68	3.71	4,9	3
Promedio	-1.34	-1.41	-1.5	-0,89	-1,23
ICS GENERAL			-1.19		

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

En esta tabla se observan los resultados obtenidos del índice de calidad en servicio con respecto al promedio general de cada ítem por dimensión por lo tanto quiere decir el número negativo entre más se acerque a cero es mayor la calidad en el servicio. Se observa que todos los índices de calidad en el servicio son negativos, lo que indica que la percepción del cliente está por debajo de las expectativas, por lo tanto los usuarios reciben menos de lo que esperaban del servicio; así mismo se puede observar que la dimensión más cercana a cero, es empatía, esto quiere decir que los usuarios se encuentran satisfechos con el trato de los empleados, por lo tanto entre más se acerque a cero hay mayor calidad en el servicio.

Ingresos

En se observa que la diferencia que existe entre las percepciones y expectativas es significativa, por lo tanto, existe un nivel de insatisfacción en el cliente.

Tabla 15. Obtención del nivel de satisfacción del cliente

	Compendios tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Expectativas	5	5	5	5	5
Percepciones	3.22	3.51	3.13	3.50	3.20
Promedio	-1.79	-1.30	-1.69	-1.37	-1.59
Promedio General			-1.59		

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

En la se observa que todos los índices de calidad en el servicio son negativos, lo que indica que la percepción del cliente está por debajo de las expectativas, por lo tanto los usuarios obtienen menos de lo que esperan del servicio; así mismo se puede observar que la dimensión más cercana a cero, es empatía, esto quiere decir que los usuarios se encuentran satisfechos con el trato de los empleados, por lo tanto entre más se acerque a cero hay mayor calidad en el servicio por último se tomó el modelo SERVQUAL como base para hacer un análisis comparativo de cómo está cada área en el Índice de Calidad en el Servicio.

Entonces si el valor que se determina es cero, el cliente recibió lo que esperaba, si el valor el positivo el cliente recibió más de lo que esperaba y si el valor es negativo, entonces el cliente recibió y percibió menos de lo que esperaba.

Tabla 16. Valor de lo recibido por el cliente con respecto a sus expectativas.

ENCUESTA	Fuertemente en Fuertemente de						
	desacuerdo			acuerdo			
¿El Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo cuenta con equipos modernos?	1	2	3	4	5	6	7
¿Las instalaciones físicas del Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo son visualmente atractivas?	1	2	3	4	5	6	7

¿Los médicos del Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo tienen la vestimenta adecuada para la atención a los pacientes?	1	2	3	4	5	6	7
¿El tiempo que le dedicó el médico en la consulta es el adecuado?	1	2	3	4	5	6	7
¿Cuándo los afiliados tienen un problema de salud los médicos del Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo se muestran interesados en su salud?	1	2	3	4	5	6	7
¿Los médicos del Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo le brindaron una atención de calidad?	1	2	3	4	5	6	7
¿En Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo, el personal que labora brinda una información a tiempo y empática con los clientes?	1	2	3	4	5	6	7
¿Al momento de prescribir el tratamiento el médico le indico la acción de cada uno de los medicamentos?	1	2	3	4	5	6	7
¿El momento de la consulta médica sintió seguridad en la atención del médico?	1	2	3	4	5	6	7
¿En el centro de Salud B La Troncal los médicos responden a todas las inquietudes de los usuarios?	1	2	3	4	5	6	7
¿La atención de los médicos en el Centro de Salud B La Troncal es eficiente?	1	2	3	4	5	6	7
¿Cree usted que debería de programarse un mejor horario en el Comercial Mi Mercadito del cantón El Triunfo?	1	2	3	4	5	6	7
¿El comercial da soluciones a tiempo cuando se presentan reacciones adversas?	1	2	3	4	5	6	7
¿El indican una vez que ingresa los pormenores de como adquirir estas destrezas?	1	2	3	4	5	6	7
¿El personal consiente de las consecuencias económicas que traería en caso de no brindarse y no actuar en correspondencia a esta falta	1	2	3	4	5	6	7
¿Cree usted que los servicios que se ofrecen sean los adecuados	1	2	3	4	5	6	7
¿El momento que entran los diferentes clientes al comercial encuentran desordenado e insalubre?	1	2	3	4	5	6	7
¿El cliente visualiza claramente las posibles premiaciones por las compras?	1	2	3	4	5	6	7

Nota: Se ha elaborado como parte de la investigación.

5. ANÁLISIS

5.1 Conclusiones

Luego de analizar el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral en el emprendimiento del comercial "Mi Mercadito" del Cantón El Triunfo, se pueden destacar las siguientes conclusiones: La gestión financiera es un factor crucial para el éxito de cualquier emprendimiento, incluyendo "Mi Mercadito". Una buena gestión financiera puede garantizar la estabilidad y sostenibilidad financiera de la empresa, lo que a su vez puede mejorar la motivación y el desempeño laboral de los empleados. La implementación de políticas financieras claras y coherentes puede mejorar la percepción de los empleados sobre su trabajo y la empresa. La transparencia en la gestión financiera puede crear un ambiente laboral más positivo y aumentar la confianza y el compromiso de los empleados.

El acceso a la información financiera y la formación en materia financiera pueden mejorar el desempeño laboral de los empleados. Los empleados que comprenden los aspectos financieros de su trabajo y de la empresa pueden tomar decisiones más informadas y contribuir al éxito financiero de la empresa. El uso de herramientas de evaluación de desempeño, como la metodología 360 grados, puede mejorar la percepción de los empleados sobre su trabajo y la empresa. Esta metodología puede proporcionar información valiosa sobre el desempeño laboral de los empleados y puede ser utilizada para identificar áreas de mejora y desarrollar planes de acción para mejorar el desempeño laboral. La gestión financiera es un aspecto fundamental para el desempeño laboral en cualquier emprendimiento, incluyendo "Mi Mercadito". Una buena gestión financiera puede garantizar la estabilidad y sostenibilidad financiera de la empresa, mejorar la motivación y el compromiso de los empleados, y contribuir al éxito a largo plazo del negocio.

Luego de realizar el estudio para determinar los factores que inciden en el desempeño laboral y de gestión financiera en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

1. La capacitación financiera es fundamental: Los empleados necesitan comprender los conceptos financieros básicos y cómo sus acciones pueden afectar el desempeño financiero de la empresa. Por lo tanto, es necesario proporcionar capacitación financiera y promover la transparencia en la comunicación financiera.

2. La gestión de efectivo y la gestión de deudas son críticas: El manejo adecuado del efectivo y la gestión de las deudas son factores importantes para garantizar la salud financiera del negocio. Por lo tanto, se recomienda establecer políticas financieras claras y coherentes en estas áreas.
3. La evaluación de desempeño es importante: La implementación de herramientas de evaluación de desempeño, como la metodología 360 grados, puede ser una forma efectiva de medir y mejorar el desempeño laboral. Esto puede contribuir a una mayor motivación y compromiso de los empleados.
4. La tecnología puede mejorar la gestión financiera: La implementación de sistemas y herramientas tecnológicas puede ayudar a automatizar los procesos financieros y mejorar la precisión y eficiencia de la gestión financiera.
5. La colaboración y el trabajo en equipo son esenciales: El trabajo en equipo y la colaboración entre los empleados son fundamentales para el éxito financiero y operativo de la empresa. Por lo tanto, se recomienda fomentar un ambiente de colaboración y apoyo entre los empleados.

En conclusión, se deben tomar en cuenta estos factores para lograr una gestión financiera y un desempeño laboral efectivo en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo.

5.2 Recomendaciones

A continuación, se presentan algunas recomendaciones que podrían ayudar a mejorar el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo:

Fortalecer la capacitación financiera: Se recomienda que se proporcionen más oportunidades de capacitación financiera para los empleados, lo que puede incluir talleres, cursos y sesiones de formación. Esto puede ayudar a mejorar la comprensión de los empleados sobre la gestión financiera y su papel en el éxito de la empresa.

Mejorar la comunicación financiera: Se sugiere mejorar la comunicación sobre los aspectos financieros de la empresa a los empleados. La transparencia y la claridad pueden ayudar a los empleados a entender mejor el desempeño financiero de la empresa y cómo pueden

contribuir a mejorar este desempeño.

Implementar herramientas de evaluación de desempeño: Se recomienda la implementación de herramientas de evaluación de desempeño, como la metodología 360 grados, para evaluar el desempeño de los empleados y proporcionar retroalimentación para mejorar su desempeño. Esto puede contribuir a mejorar la motivación y el compromiso de los empleados.

Establecer políticas financieras claras: Se sugiere establecer políticas financieras claras y coherentes, que puedan ser comprendidas por todos los empleados. Estas políticas pueden incluir aspectos como la gestión de efectivo, los presupuestos y la gestión de deudas.

Monitorear y medir el impacto de la gestión financiera: Se recomienda monitorear y medir regularmente el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral y financiero de la empresa. Esto puede ayudar a identificar áreas de mejora y ajustar las políticas y prácticas financieras según sea necesario.

Implementar estas recomendaciones puede ayudar a mejorar el impacto de la gestión financiera en el desempeño laboral en el emprendimiento del comercial Mi Mercadito del Cantón El Triunfo.

Referencias Bibliográficas

- Acosta, J. (2012). *Gestión eficaz del tiempo y control del estrés*. Madrid: ESIC.
- Arroyo, R. (2012). *Habilidades Gerenciales: Desarrollo de Destrezas, Competencias y Actitud*. . Bogotá: ECOE Ediciones.
- Artieda, J. R., Guarnizo, W. J., Vega., M. D., & Vayas, G. S. (2021). Las habilidades gerenciales en la gestión pública. *Revista Investigación y Negocios*, 149-156.
- Bastidas, R. F., Domínguez, E. S., Argandoña, E. V., & Guevara, N. A. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Podium* (38). doi:doi.org/10.31095/podium.2020.38.9
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Editorial Trillas.
- Buchele, R. (2014). *Management of Business and Public Organizations*. México: México: Prentice Hall.
- Calan, T., & Moreira, G. (2018). Análisis de las etapas del ciclo presupuestario en la Administración Pública del Ecuador con el enfoque de resultados. *UIsrael*.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión de Talento Humano*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Cucchiari, C. F. (2019). *IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora*. Obtenido de https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf
- David, F. (1999). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Editorial.
- Departamento de Economía. (2012). Capítulo 1 Macroeconomía: breve historia. En E. d. abierta. Obtenido de <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/LDE-2012-02a-03.pdf>
- Doyle, A. (2017). *What Are the Hard Skills Employers Seek?* . The Balance.

- E.Y.Empresarios. (2017). *Gestión financiera*. Obtenido de <http://documentos.famp.es/documentacion/publicaciones/2004cuademprendedor es3.pdf>
- Francia, J. L. (2018). *Aptitus*. Obtenido de <https://aptitus.com/blog/seleccion-de-personal/sabes-que-habilidades-tecnicas-son-las-que-mas-buscan-los-empleadores/>
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*.
- Mayett Moreno, Y., Zuluaga Muñoz, W., & Guerrero Cabarcas, M. J. (08 de Febrero de 2022). *Scielo*. Obtenido de Scielo: <https://doi.org/10.35426/iav51n130.06>
- Merino, A. P., Benites, E. A., Barrios, Y. B., & Huaman, K. E. (2021). *Gestión Financiera*. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/servicio-nacional-de-adiestramiento-en-trabajo-industrial/estadistica/gestion-financiera-historia-de-la-gestion-financiera/19247533>
- Mintzberg, H. (1993). *Procesos, conceptos, contextos y casos estratégicos*. Obtenido de https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2012/08/proceso_estrategico_mintzberg.pdf
- Montoya, C. A. (2009). *Evaluación de desempeño como herramienta para el análisis del capital humano*. Revista científica "Visión de Futuro". Obtenido de Revista científica .
- Polanco, D., Araujo, M. B., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., & Duque, D. S. (2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Siembre*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/246/2461061006/html/index.html> : <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/246/2461061006/html/index.html>
- Polga-Hecimovich, J. (2013). Ecuador: Estabilidad institucional y la consolidación de poder de Rafael Correa. *Ciencia Política*.

- Prieto, J. H. (2003). LA TEORÍA DEL VALOR DE ADAM SMITH: LA CUESTIÓN DE LOS PRECIOS NATURALES Y SUS INTERPRETACIONES. *Cuad. Econ*, 22(38).
- Rojas, J. R., Ponce, W. J., Vega, M. d., & Castro, G. S. (2012). Las habilidades gerenciales en la gestión pública. *Investigación y Negocios*, 14(23). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000200149&script=sci_arttext
- Terry, W. (2014). *Manual del Empowerment*. Madrid: Gestión.
- Vázquez, D. O. (2013). Turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones turísticas*. doi:<https://doi.org/110.14198/INTURI2013.5.01>
- Villalaz, L. P. (1999). Introducción al concepto de Planificación Estratégica. *Planificación Estratégica*. Obtenido de https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf
- www.camara.es. (2018). *Innovacion y competitividad*. Obtenido de <https://www.camara.es/>: <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- www.euroinnova.ec. (2023). *Que son las habilidades gerenciales*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec>: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-las-habilidades-gerenciales>
- www.indec.gob.a. (2017). *Turismo, conceptos y definiciones*. Obtenido de <https://www.indec.gob.ar/>: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo_cyd.pdf

ANEXOS

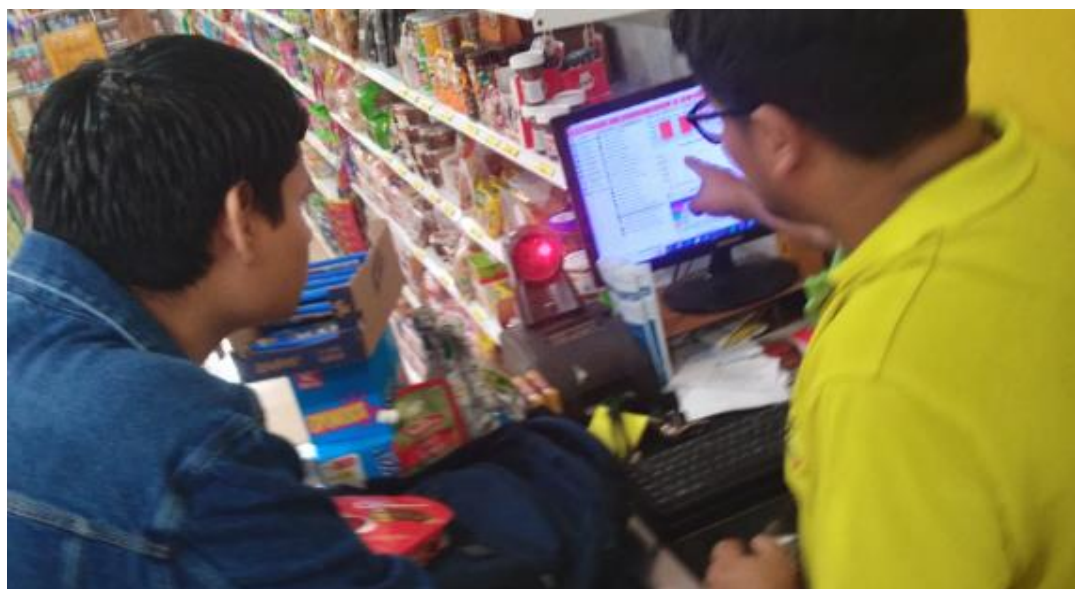
Anexo 1 Matriz de Antecedentes y Teorías

<i>Teorías Gestión Empresarial</i>			
<i>Autor de mayor relevancia o creador de la teoría</i>			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Según (E.Y.Empresarios, 2017) sobre Gestión Financiera, la conceptualiza como: La movilización efectiva de recursos para	Sobre las habilidades gerenciales Buchele, (2014), las define como: Las habilidades, conocimientos y competencias de los altos directivos son necesarios para gestionar las	Las habilidades técnicas se consideran habilidades duras, es decir, habilidades adquiridas gradualmente a través de la educación, la formación, los estudios universitarios y de posgrado, la experiencia laboral. Deben integrarse
Parafraseo	Movilizar recursos garantiza las inversiones a corto y largo plazo. De esta forma se logra la asignación de recursos para la conclusión	Las habilidades gerenciales superiores son esenciales para administrar las operaciones diarias, dirigir, coordinar y trabajar con integridad, influir en los empleados	Las habilidades técnicas que conllevan a la necesaria formación y especialización de cada campo de acción. Estas que son adquiridas mediante un proceso de aprensión de enseñanza-aprendizaje la cual en la práctica dota al trabajador
Evidencia de referencia utilizando Ms Word	E.Y.Empresarios. (20	Buchele, R. (2014). Management of Business and Public Organizations. México: México: Prentice Hall.	Doyle, A. (2017). What Are the Hard Skills Employers Seek? . The Balance.
Relación de la teoría con el estudio	Historia de la gestión financiera parte en sus inicios del siglo XIX. Con el desarrollo de los avances en la industria, la teoría		
Redacción final	Historia de la gestión financiera parte en sus inicios del siglo XIX. Con el desarrollo de los avances en la industria, la teoría económica se convirtió en una disciplina y Adam Smith propuso el llamado Modelo Clásico, con su material titulado "La riqueza de las naciones" en su obra seminal publicada en 1776. En esta se analiza las distintas formas en que los mercados organizan la vida económica y aseguran un rápido crecimiento económico. Además demostró que un sistema de mercado de precios puede coordinar a individuos y empresas en ausencia de mercados. Gestión central		

Anexo 2. Observación de las actividades diarias del comercial



Anexo 3. Entrevista al dueño del local



Anexo 4 Oficio de certificación al propietario del comercial**Certificado****El Triunfo 11 de abril del 2023**

Yo **Luis Iván Moreno Buñay**, portador de **C.I. 060415822-0**, gerente propietario del comercial "Mi Mercadito" certifico que el joven **Mario Andrés Rodríguez Espinoza**, portador de **C.I. 095799296-9**, está realizando una investigación sobre mi gestión que realizo como administrador de mi comercial y las labores diarias que superviso sobre mis empleados y métodos que aplico para generar mayor captación de clientes e ingresos en productos de consumo masivo que es a lo que me dedico, por lo tanto certifico a quien le interese en honor a la verdad.



Ing. Luis Iván Moreno Buñay
propietario del comercial Mi Mercadito



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Mario Andres Rodriguez Espinoza portador(a) de la cédula de ciudadanía N° 0957992969 En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del proyecto de titulación **"LA GESTIÓN FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL EMPRENDIMIENTO DEL COMERCIAL MI MERCADITO DEL CANTON EL TRIUNFO"** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste proyecto de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La Troncal, 27 de septiembre del 2023

Mario Andres Rodriguez Espinoza
C.I. 0957992969