



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA
PELUQUERÍA JORDY UBICADA EN LA PARROQUIA FEBRES
CORDERO CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS,
PERÍODO 2022-2026.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: JOSELIN KATHERINE LEMA GUALLO

DIRECTORA: ING. CARMEN AMELIA SAMANIEGO ERAZO

Riobamba – Ecuador

2022

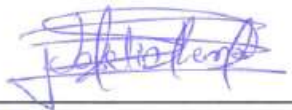
© 2022, **Joselin Katherine Lema Guallo**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Joselin Katherine Lema Guallo, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría, y que los resultados de los mismos son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados según la norma APA edición vigente a la fecha.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular, el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 1 de agosto de 2022



Joselin Katherine Lema Guallo

C.C: 060613394-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, “**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA PELUQUERÍA JORDY UBICADA EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERÍODO 2022-2026**”, realizado por la señorita: **JOSELIN KATHERINE LEMA GUALLO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jose Gabriel Pilaguano Mendoza PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 _____	2022-08-01
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo DIRECTORA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 _____	2022-08-01
Ing. Jorge Luis Chafla Granda MIEMBRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 _____	2022-08-01

DEDICATORIA

A Dios quien gracias a la fuerza y voluntad que me brindo por medio de su infinito amor pude culminar la carrera, a pesar de todos los obstáculos que se me presentaron en el camino, a mi madre quien fue mi apoyo, a mis hermanos que me motivaron a seguir adelante en esta importante etapa de mi vida, y a mi esposo Cristian quien me enseñó lo importante que es la perseverancia para lograr mis objetivos.

Joselin

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la protección y bendiciones que ha puesto sobre mí. A mi madre María Guallo quien supo guiarme y apoyarme a lo largo de mi carrera, a mis hermanos quienes fueron un apoyo importante y respaldo en mis momentos difíciles y supieron impulsarme en este camino. A Peluquería Jordy, su propietario José Chicaiza y su equipo de trabajo por permitirme realizar mi proyecto de investigación en su distinguido negocio, cumpliendo así con la etapa final de mi carrera.

Agradezco a la Ing. Carmita Samaniego y al Ing. Jorge Chafra Granda quienes destinaron parte de su valioso tiempo para guiarme en el proceso del trabajo de titulación, siendo fundamental para la culminación exitosa del presente.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo institución en la cual me forme como una profesional y una mejor persona.

Joselin

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	4
1.1 Antecedentes de Investigación.....	4
1.2 Marco teórico.....	5
1.2.1 Administración.....	5
1.2.2 Proceso Administrativo.....	5
1.2.2.1 Planeación.....	6
1.2.2.2 Organización.....	6
1.2.2.3 Técnicas de organización.....	6
1.2.2.4 Dirección.....	7
1.2.2.5 Control.....	8
1.2.3 Enfoques de la Administración.....	8
1.2.3.1 Enfoque Clásico de la Administración.....	8
1.2.3.2 Enfoque Humanista de la Administración.....	9
1.2.3.3 Enfoque Neoclásico de la Administración.....	9
1.2.4 Gestión administrativa.....	10
1.2.5 Importancia de la gestión administrativa.....	10
1.2.6 Indicadores de gestión administrativa.....	11
1.2.7 ¿Qué es un modelo?.....	11
1.2.8 Modelo de Gestión.....	11
1.2.9 Importancia de un Modelo de Gestión.....	12
1.2.10 Tipos de modelos de gestión.....	12
1.2.10.1 Modelo de planificación.....	12
1.2.10.2 Modelo de búsqueda.....	12
1.2.10.3 Modelo de descubrimiento.....	13

1.2.10.4	<i>Modelo científico</i>	13
1.2.11	<i>Modelo de gestión administrativa</i>	13
1.2.12	<i>Objetivo de un modelo de gestión administrativa</i>	13
1.2.13	<i>Etapas de un modelo de gestión administrativa</i>	14
1.2.14	<i>Desarrollo del modelo de gestión administrativa</i>	14
1.2.15	<i>Clasificación de los modelos de gestión administrativos</i>	15
1.2.15.1	<i>Modelo de Gestión de Excelencia EFMQ</i>	15
1.2.15.2	<i>Modelo DEMING</i>	17
1.2.15.3	<i>Modelo de Gestión Cameron y Quinn</i>	18
1.2.15.4	<i>Modelo de Gestión Kaplan y Norton</i>	19
1.2.16	<i>Matriz DAFO o FODA</i>	19
1.2.16.1	<i>Análisis interno</i>	20
1.2.16.2	<i>Análisis externo</i>	22
1.2.16.3	<i>Estrategias resultantes de la Matriz FODA</i>	23
1.2.17	<i>Manual de funciones</i>	23
1.3	Marco conceptual	24
1.3.1	<i>Organización</i>	24
1.3.2	<i>Planificación</i>	24
1.3.3	<i>Dirección</i>	24
1.3.4	<i>Evaluación</i>	25
1.3.5	<i>Control</i>	25
1.3.6	<i>Gestión</i>	25
1.3.7	<i>Administración</i>	25
1.3.8	<i>Gestión administrativa</i>	25
1.3.9	<i>Modelo de gestión</i>	26
1.3.10	<i>Competitividad</i>	26
1.3.11	<i>Misión</i>	26
1.3.12	<i>Visión</i>	26
1.3.13	<i>Políticas empresariales</i>	26
1.4	IDEA POR DEFENDER	26
1.5	VARIABLES	27
1.5.1	<i>Variable Independiente</i>	27
1.5.2	<i>Variable Dependiente</i>	27

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	28
----	---------------------------	----

2.1	Enfoque de la Investigación	28
<i>2.1.1</i>	<i>Enfoque Mixto</i>	<i>28</i>
2.2	Nivel de Investigación	28
<i>2.2.1</i>	<i>Investigación Exploratoria</i>	<i>28</i>
<i>2.2.2</i>	<i>Investigación descriptiva</i>	<i>28</i>
<i>2.2.3</i>	<i>Investigación Explicativa</i>	<i>29</i>
2.3	Diseño de investigación	29
<i>2.3.1</i>	<i>No experimental</i>	<i>29</i>
2.4	Tipo de estudio	29
2.5	Población y muestra	30
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	30
<i>2.6.1</i>	<i>Métodos de Investigación</i>	<i>30</i>
<i>2.6.2</i>	<i>Técnicas de Investigación</i>	<i>31</i>
<i>2.6.3</i>	<i>Instrumentos de Investigación</i>	<i>31</i>
2.7	Análisis e Interpretación de Resultados	32

CAPÍTULO III

3.	MARCO PROPOSITIVO	52
3.1	Título de la Propuesta	52
3.2	Objetivo de la Propuesta	52
3.3	Antecedentes de la organización	52
3.4	Propuesta	52
<i>3.4.1</i>	<i>Etapa de Planificación</i>	<i>53</i>
<i>3.4.1.1</i>	<i>Nombre de la empresa</i>	<i>53</i>
<i>3.4.1.2</i>	<i>Logotipo</i>	<i>53</i>
<i>3.4.1.3</i>	<i>Ámbito legal</i>	<i>53</i>
<i>3.4.1.4</i>	<i>Misión</i>	<i>54</i>
<i>3.4.1.5</i>	<i>Visión</i>	<i>54</i>
<i>3.4.1.6</i>	<i>Políticas</i>	<i>55</i>
<i>3.4.1.7</i>	<i>Objetivos empresariales</i>	<i>56</i>
<i>3.4.1.8</i>	<i>Valores empresariales</i>	<i>56</i>
<i>3.4.1.9</i>	<i>Análisis Interno</i>	<i>58</i>
<i>3.4.1.10</i>	<i>Análisis Externo</i>	<i>59</i>
<i>3.4.1.11</i>	<i>Matriz FODA</i>	<i>60</i>
<i>3.4.1.12</i>	<i>Matriz de evaluación de factores Internos y Externos</i>	<i>61</i>
<i>3.4.1.13</i>	<i>MATRIZ DAFO</i>	<i>64</i>

<i>3.4.1.14 Plan de Capacitación</i>	65
<i>3.4.1.15 Plan de Publicidad</i>	66
<i>3.4.1.16 Plan de Descuentos</i>	67
<i>3.4.1.17 Presupuesto General</i>	69
3.4.2 Organización	70
<i>3.4.2.1 Organigrama estructural</i>	70
<i>3.4.2.2 Manual de funciones</i>	70
3.4.3 Dirección	77
3.4.4 Control	77
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Guía de Análisis de Fortalezas y Debilidades.....	20
Tabla 2-1:	Guía para identificar Oportunidades y Amenazas	22
Tabla 1-2:	Población de estudio	32
Tabla 2-2:	¿Cuenta con un organigrama?.....	33
Tabla 3-2:	¿Existe un manual de funciones?.....	34
Tabla 4-2:	¿Existe un manual de funciones?.....	35
Tabla 5-2:	¿Ha recibido capacitación?	36
Tabla 6-2:	Calificación atención al cliente	37
Tabla 7-2:	Conocimiento del proceso de planificación	38
Tabla 8-2:	¿Las decisiones del negocio son acertadas?.....	39
Tabla 9-2:	¿Se realizan procesos organizacionales?.....	40
Tabla 10-2:	Calificación de los procesos organizacionales	41
Tabla 11-2:	Aspectos que originan problemas	42
Tabla 12-2:	Conocimiento de la Filosofía Empresarial.....	43
Tabla 13-2:	Diseñar un modelo de gestión para el negocio	44
Tabla 14-2:	Beneficiaria el Modelo de Gestión Administrativa.....	45
Tabla 15-2:	Interpretación de la entrevista al gerente Peluquería Jordy	50
Tabla 1-3:	Misión	54
Tabla 2-3:	Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades).....	58
Tabla 3-3:	Análisis Externo (Oportunidades y Amenazas)	59
Tabla 4-3:	FODA.....	60
Tabla 5-3:	Matriz EFI.....	61
Tabla 6-3:	Matriz EFE.....	63
Tabla 7-3:	Matriz DAFO	64
Tabla 8-3:	Cronograma Plan de Capacitación.....	65
Tabla 9-3:	Presupuesto plan de capacitación.....	65
Tabla 10-3:	Presupuesto plan publicitario	66
Tabla 11-3:	Cronograma Plan de Publicidad.....	66
Tabla 12-3:	Plan de Descuentos	67
Tabla 13-3:	Cronograma Plan de Descuentos	68
Tabla 14-3:	Presupuesto General.....	69
Tabla 15-3:	Manual de Funciones Gerente.....	71
Tabla 16-3:	Manual de funciones Contador	72
Tabla 17-3:	Manual de Funciones secretaria.....	73

Tabla 18-3: Manual de Funciones Peluquera	74
Tabla 19-3: Manual de Funciones Barbero	75
Tabla 20-3: Manual de Funciones Manicurista	76
Tabla 21-3: Indicadores de Gestión.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Organigrama Vertical.....	7
Figura 2-1:	Organigrama Horizontal	7
Figura 3-1:	Etapas del Modelo de Gestión Administrativa	14
Figura 4-1:	Características del Modelo EFMQ.....	15
Figura 5-1:	Enfoques del Modelo EFMQ.....	16
Figura 6-1:	Esquema de trabajo según el Modelo Deming.....	18
Figura 1-3:	Logotipo Peluquería Jordy	53
Figura 2-3:	Sistema Contífico.....	69
Figura 3-3:	Organigrama Estructural Peluquería Jordy	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Existencia de un organigrama en la empresa	33
Gráfico 2-2:	¿Existe un manual de funciones?	34
Gráfico 3-2:	¿Existe un manual de funciones?	35
Gráfico 4-2:	¿Ha recibido capacitación?.....	36
Gráfico 5-2:	Calificación atención al cliente	37
Gráfico 6-2:	Conocimiento del proceso de planificación	38
Gráfico 7-2:	¿Las decisiones del negocio son acertadas?	39
Gráfico 8-2:	¿Se realizan procesos organizacionales?	40
Gráfico 9-2:	Calificación de los procesos organizacionales	41
Gráfico 10-2:	Aspectos que originan problemas.....	42
Gráfico 11-2:	Conocimiento de la Filosofía Empresarial	43
Gráfico 12-2:	Diseñar un modelo de gestión para el negocio	44
Gráfico 13-2:	Beneficiaria el Modelo de Gestión Administrativa	45

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE LA PELUQUERÍA “JORDY”

ANEXO B: ENTREVISTA PROPIETARIO PELUQUERÍA “JORDY”

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue desarrollar un Modelo de Gestión Administrativo para la Peluquería Jordy, a fin de mejorar sus procesos administrativos y alcanzar un mayor crecimiento en el mercado, para ello se utilizó una metodología con enfoque mixto debido a que se recogen y analizan datos cualitativos y cuantitativos, siendo el nivel de investigación no exploratoria ya que dentro de la peluquería no se contaba con una estructura administrativa, también se utilizó la investigación explicativa y descriptiva. El diseño de investigación fue no experimental y será de tipo transversal puesto que no alteramos ninguno de los datos obtenidos que se recopilaron en una sola ocasión, además los métodos utilizados fueron el inductivo y deductivo en donde se realizó encuestas y una entrevista para conocer los aspectos tanto internos como externos del negocio, también se utilizaron instrumentos de recopilación de datos como el cuestionario, la guía de entrevista y la observación, para el análisis del estudio se empleó el Modelo Deming que cuenta con varias etapas de donde se obtuvieron las estrategias, los planes, los procesos de control y dirección para la empresa. Se concluyó que es necesario establecer una estructura administrativa que le permita a la peluquería Jordy poder gestionar todas sus actividades de manera eficaz y eficiente, así también controlar y direccionar sus recursos para generar servicios de calidad, recomendando realizar análisis internos y externos del negocio de manera anual a fin de generar nuevas estrategias que se adapten a los nuevos escenarios del mercado en el que se encuentran, previniendo de esta forma situaciones que afecten a su gestión.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <MODELO DE GESTIÓN>, <GESTIÓN ADMINISTRATIVA>, <PLANIFICACIÓN>, <GUAYAQUIL (CANTÓN)>.



5-09-2022

1744-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this study was to develop an administrative management model for Jordy Hairdressing in order to improve its administrative processes and achieve higher growth in the market, for which a methodology with a mixed approach was used as qualitative and quantitative data need to be collected and analyzed, being a non-exploratory research as this hairdressing salon lacks an administrative structure, explanatory and descriptive research was also used, The research design was non-experimental and will be cross-sectional as we did not alter the information obtained which was collected on a single occasion. In addition the methods used were the inductive and deductive where surveys and an interview were conducted to learn about both internal and external aspects of the business, data collection instruments such as the questionnaire, the interview guide and the observation were also used. To analyze the study the Deming Model was used, which contains several stages to obtain the strategies, plans, control processes and direction for the company. It was concluded that it is necessary to establish an administrative structure that allows the Jordy hairdresser to be able to manage all its activities effectively and efficiently, as well as control and direct its resources to generate quality services, recommending internal and external analyzes of the business on an annual basis in order to generate new strategies adapted to the new market scenarios, thus preventing situations that affect the business management.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <MANAGEMENT MODEL>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, <PLANNING>, <GUAYAQUIL (CANTON)>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

En la actualidad es necesario contar con un modelo de gestión administrativo dentro de las empresas, a fin de alcanzar una buena distribución de los recursos, sean estos económicos, tecnológicos o de talento humano, para ello deben existir procesos administrativos referentes a la planificación, organización, dirección y control de cada actividad que se realice dentro de una empresa.

La Peluquería Jordy es una empresa dedicada actividades de peluquería y barbería masculina, que lleva ocho años de funcionamiento en la ciudad de Guayaquil, pero desde su apertura no se ha considerado implementar algún modelo de gestión administrativa, debido a que esta se constituye en una herramienta fundamental para que sus directivos el cual facilite el alcanzar sus objetivos y metas empresariales, que permita un mejor posicionamiento en el mercado de este cantón como también el beneficio a la comunidad brindando una atención de calidad.

Esta falta de organización administrativa ha tenido efectos contraproducentes en su rentabilidad, y gestión como empresa, porque no cuenta con una filosofía empresarial que permita identificar quienes son y a donde quieren llegar, es decir una misión y visión, políticas empresariales o valores empresariales que se empleen para realizar un análisis interno y externo de la empresa, es por ello que se cuenta con poco conocimiento de su situación económica de la organización, bajo control de las actividades diarias, y debido a la falta de un manual de funciones administrativos y operativos, produciendo pérdidas de recursos y tiempo.

La poca capacitación a empleados que provoca ineficiencia en el desarrollo de sus actividades, también sus procesos contables de manera básica, al no contar con un sistema contable, dificultando conocer los recursos, inventarios y herramientas con los que cuentan la empresa, la ausencia de gestión para publicidad del negocio, ha provocado que su reconocimiento sea reducido por la falta de propagación hacia sus consumidores y posibles clientes, por ende se produce baja competitividad, impidiendo alcanzar un mayor crecimiento del negocio.

Formulación del problema

¿Es la inadecuada gestión de procesos administrativos la que afecta negativamente en la administración de la Peluquería Jordy ubicado en la parroquia Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas?

Sistematización del problema

¿Qué necesidad existe de crear un modelo de Gestión Administrativa para la Peluquería Jordy?

¿De qué manera beneficiará el modelo de Gestión Administrativa para el crecimiento de la peluquería Jordy?

¿La creación de un modelo de Gestión Administrativa le permitirá a la Peluquería Jordy aumentar su competitividad en el mercado?

OBJETIVOS

General

Diseñar un modelo de Gestión Administrativo para la Peluquería Jordy de la Parroquia Febres Cordero Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas que mejore los procesos administrativos y aspectos competitivos del negocio en el mercado.

Específicos

Fundamentar el Marco Teórico referente al diseño del Modelo de Gestión Administrativo en base a criterios de autores nacionales o internacionales que nos permita orientar el presente trabajo de titulación.

Diagnosticar la situación actual de la Peluquería Jordy a través de la utilización de herramientas que permitan determinar la situación actual de la empresa.

Diseñar un Modelo de Gestión Administrativo para la Peluquería Jordy que permita mejorar los procesos administrativos del negocio alcanzando un mayor crecimiento en el mercado.

Justificación teórica:

El presente trabajo de investigación contendrá un aporte teórico basado en la recopilación de información de diversos autores de libros, tesis, revistas, documentos digitales, etc. que han realizado investigaciones semejantes al trabajo que se realizará, y se tomará como respaldo para el desarrollo del Modelo de Gestión Administrativo propuesto.

Justificación metodológica:

Contendrá un aporte metodológico que facilitará la implementación de técnicas e instrumentos de recolección de datos e información que fueran necesarias para el desarrollo del Modelo de Gestión y de esta forma mejorar su administración, la eficiencia y la distribución de sus recursos.

Justificación práctica

El Aporte Práctico Social se verá reflejado por la intervención de cada uno de los miembros de la empresa evaluada, y de sus acciones se podrá establecer un mejor direccionamiento para la gestión administrativa que se desarrollará a partir de los conocimientos ya adquiridos en la carrera de Finanzas de la ESPOCH previo a la obtención del título de tercer nivel.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

A continuación, se detalla el marco teórico utilizado dentro de la investigación.

1.1 Antecedentes de Investigación

Para realizar comparaciones sobre modelos de gestión administrativa se han tomado diversos criterios de anteriores investigaciones.

El trabajo de investigación titulado Diseño de un Modelo de Gestión Administrativo para la Granja Avícola Pamelita de la parroquia Cotaló Pelileo, Provincia de Tungurahua fue tomado como antecedente y lo realizó la Srta. Jazmín Estefanía Freire Ruiz como tesis de Pregrado en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la ciudad de Riobamba, Ecuador.

Los resultados de la investigación para Freire (2020) era el diseño del esquema propuesto, el cual resultado importante, puesto que permite alcanzar procesos de planeación, organización, dirección, ejecución, y control de los actividades que nos llevaran a cumplir los objetivos determinados al inicio, también permitió un análisis interno y externo donde identifica las causas por las cuales existe un estancamiento de la empresa, y de esta forma establecer estrategias que ayuden en su desarrollo y crecimiento, en consecuencia de lo anterior expuesto se estableció un modelo de gestión administrativa para la Granja Pamelita de la Parroquia Cotaló de la provincia de Tungurahua en donde se determinó la misión, visión, objetivos estratégicos, filosofía empresarial, organigrama estructural, políticas empresariales, manual de funciones para empleados, plan de capacitaciones dirigida al personal, y flujogramas de procesos para una adecuada gestión administrativa.

El trabajo de titulación para tesis de pregrado denominado Diseño Modelo de Gestión Administrativa para el Centro Comercial Popular la Condamine, del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, se tomó como referencia, con la autoría de Carlos Antonio Guerra Orozco el cual fue realizado en la ciudad de Riobamba para La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Los resultados que arrojó esta investigación según Guerra (2018) a fueron, elaborar una matriz FODA que permitió conocer los factores internos y externos del Centro Comercial la Condamine en donde se encontró que contaba con fallas en la capacitación, comunicación, y coordinación

debido a la falta de gestión administrativa, por ello se estableció un Modelo de Gestión Administrativa para construir una estructura administrativa eficiente y eficaz, a la par permitirá entregar una buena calidad de servicio y atención al cliente

AgendaPro (2020) es una empresa que ofrece softwares que sirven para gestionar la agenda de cualquier tipo de negocio, menciona que los salones de belleza y las peluquerías en la actualidad son los negocios que más representan rentabilidad. Este es un tipo de negocio relativamente tradicional, este se reinventa puesto que la industria de la belleza sigue tendencias, lo que permite mantenerse en el tiempo por la innovación constante que surge.

No obstante, si este tipo de negocio no es administrado adecuadamente puede derivar a pérdidas y no alcanzar a posicionarse en el mercado. De igual forma si no se mantiene una constante innovación, si no se encuentra informado de las modas del momento, tampoco obtendrá visibilidad, añadido a eso se encuentra la competencia que puede incurrir en la pérdida de los potenciales clientes.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Administración

Según Rosero (2017) el acto administrativo es aquel comportamiento humano que está dirigido hacia la coordinación y organización de los procesos y actividades de trabajo con el fin de procurar el progreso y bienestar de la sociedad a lo largo de la historia de la humanidad.

Se puede concluir que la administración es la acción de coordinar y organizar todas las actividades de una empresa con el fin de optimizar los recursos y esfuerzos de manera eficiente para alcanzar los objetivos determinados dentro de una organización.

1.2.2 Proceso Administrativo

Según Hernández J. y Hernández L. (2019) manifiesta que el proceso administrativo cuenta con una secuencia de etapas o fases, y al emplearlas se realiza la practica administrativa, en la actualidad están universalmente aceptadas estas cuatro etapas que son: planeación, organización, dirección y control.

1.2.2.1 Planeación

En la planeación es la parte más importante de este proceso debido a que en ella se establecen las necesidades por las cuales se fijaran los objetivos y metas a alcanzar.

- Premisas: son suposiciones futuras-internas, y externas de carácter económico, legal, político, técnico entre otros factores.
- Objetivos: son los resultados que se desean alcanzar en donde se los propósitos pueden ser generales y específicos.
- Estrategias: son alternativas por las cuales se emplearán los esfuerzos y recurso para alcanzar los objetivos
- Políticas: son guías para dirigir las acciones de los encargados de las empresas y la toma de decisiones.
- Programas: son esquemas en los cuales se establecerá la secuencia de las actividades las cuales se establecerán en cronogramas, con el fin de alcanzar los objetivos.
- Presupuestos: son planes desarrollados en el término económico en el cual se determinan las actividades a desarrollar y cuantos recursos necesita para lograr su objetivo.
- Procedimientos: es una secuencia de actividades puestas en orden cronológico en los que incluyen los métodos, las actividades y rutinas que provienen de los manuales planteados.
- Planes: son los esquemas que resultan de la planeación, en donde se determina la organización, dirección y control de las actividades. (Salas 2014)

1.2.2.2 Organización

La organización se produce la división del trabajo y la autoridad, es aquí en donde se determinan cuáles serán los procesos operativos y administrativos y quienes serán los encargados de cada uno de ellos, además de la correcta distribución de los recursos.

1.2.2.3 Técnicas de organización

Organigramas: de acuerdo con Salas (2014) son aquellas herramientas con las cuales se puede llevar a cabo una organización de actividades, sus aplicaciones vendrán dadas según las necesidades que presente cada grupo social.

Organigrama vertical muestran los niveles jerárquicos de una organización de arriba hacia abajo.

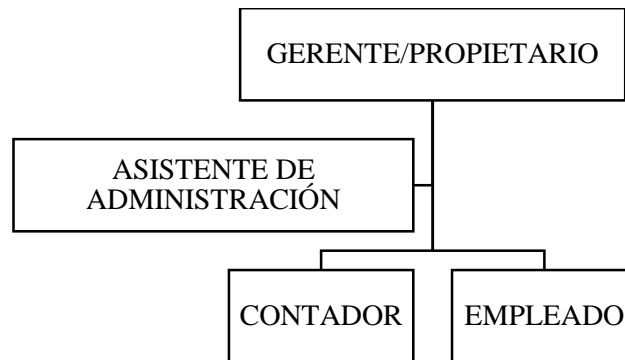


Figura 1-1: Organigrama Vertical

Fuente: Salas 2014

Realizado por: Lema, J. 2021

Organigrama Horizontal es aquel esquema de jerarquía viene dado de izquierda a derecha.

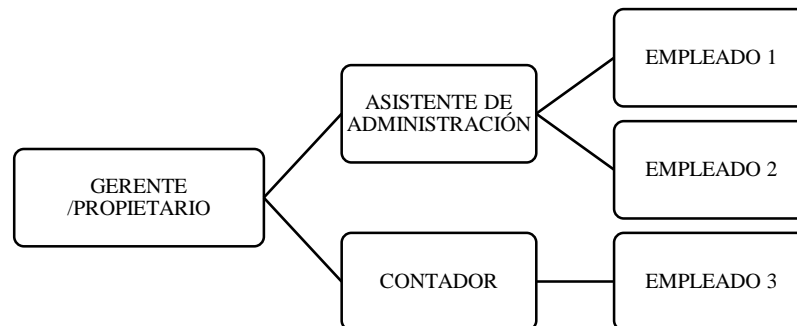


Figura 2-1: Organigrama Horizontal

Fuente: Salas, 2014

Realizado por: Lema, J. 2021

1.2.2.4 Dirección

En la dirección intervienen los líderes quienes serán los responsables de guiar al personal de la compañía para el alcance de las metas u objetivos.

Existen cinco etapas para la dirección que son las siguientes:

- La primera etapa es la Toma de Decisiones, en donde se define el problema, analiza el problema, evalúa alternativas, elige entre las alternativas, y aplica la decisión.
- La segunda etapa es la Integración en donde se aplican procesos de reclutamiento, selección, introducción e inducción, capacitación al personal para el desarrollo.
- La tercera etapa de Motivación que es la labor más importante y compleja, con ella se logra la ejecución de las actividades para la obtención de los objetivos, es mediante la cual se establece la relación entre el personal y el ejecutivo.

- La cuarta etapa es la Comunicación mediante la cual se transmite la información de cómo se tienen y se quieren realizar las acciones, existiendo canales de comunicación diversos.
- Y finalmente la quinta etapa trata sobre la Supervisión que consiste en guiar y vigilar a los subordinados que estos se mantengan productivos, sigan el plan establecido y alcance en la realización de metas. (Salas, 2014)

1.2.2.5 Control

En el control se verifican el cumplimiento de las actividades de acuerdo con lo planteado en el proceso de planeación, organización y dirección, es en esta etapa en donde se encuentran las faltas y errores cometidos por parte del personal y ejecutivos durante sus actividades, permitiendo una pronta rectificación de procesos y mitigación de errores.

El control tiene las siguientes etapas:

- Establecimiento de estándares, son aquellas unidades de medida que servirán como una guía para medir el control del modelo establecido
- Medición de Resultados se da a partir de los estándares de medida según el problema presentado, después de realizar las comparaciones de los resultados con los estándares determinados se podrá realizar una valoración.
- La Corrección estará a cargo del personal ejecutivo que debe tomar las acciones oportunas para corregir los problemas que se establecieron por las desviaciones que se produjeron durante el proceso productivo.
- La Retroalimentación es importante porque a través de esta la información se ajustará al proceso administrativo, para ello la información debe ser eficiente y funcional, para que el proceso de control-planeación sea aún más rápido. (Salas 2014)

1.2.3 Enfoques de la Administración

1.2.3.1 Enfoque Clásico de la Administración

El origen del enfoque clásico en la administración se dio a causa de la revolución industrial, siendo esta metodología la que aborda que una teoría parte de un problema, algún método y finalmente un resultado.

En este enfoque para se desarrollaron los 14 principios de la administración que se mencionan a continuación:

1. Autoridad y responsabilidad
2. Disciplina
3. División de trabajo
4. Unidad de mando
5. Unidad de dirección
6. Centralización
7. Jerarquía
8. Orden
9. Subordinación del interés individual
10. Remuneración
11. Estabilidad del personal
12. Unión del personal
13. Iniciativa
14. Equidad

El autor hace referencia que dentro de este enfoque surgió la Administración Industrial y General, la cual se centraba en mejorar la eficiencia de las empresas a partir de la forma en cómo se disponían las actividades de cada área o departamento de la organización, siendo muy importante la definición de una estructura empresarial los componentes que la conformaban y el funcionamiento de esta. (Castrillón, 2019, p.17)

1.2.3.2 Enfoque Humanista de la Administración

Al establecerse el enfoque humanista en la administración, liderar se volvió un aspecto importante dentro de las empresas, puesto que es necesario saber comunicar y orientar al grupo de personas que conforman las organizaciones, de nada sirve tener una estructura empresarial definida, si aquellos que la conforman no se encuentran enfocados en los mismos intereses. Crear un ambiente en donde el talento humano sienta que es parte fundamental de la organización, hará que el mismo también busque alcanzar los objetivos, por ello invertir en capacitaciones, beneficios, o implementos para sus áreas de trabajo son algunas acciones que pueden tomarse en consideración dentro de las empresas, tomando como base el buen trato al personal. (Castrillón, 2019, p.21)

1.2.3.3 Enfoque Neoclásico de la Administración

De acuerdo con Castrillón (2019:27) los autores neoclásicos procuraron definir los principios generales de la administración cumpliendo estos un papel similar que las leyes en las ciencias físicas, porque estas buscan probar una relación causa-efecto.

Este enfoque trata de ver a la administración como una ciencia en donde el ambiente del administrador se verá afectado por diversos factores como sociales, culturales fenómenos naturales, entre otros, los cuales repercutirán en las gestiones y proyectos que se realicen dentro de las organizaciones, además de ello los principios administrativos son igual de verdaderos que los de ciencias lógicas o físicas, por ello son principios universales.

También cuenta con características, las cuales son de autoridad, aquel personal que se reportan ante un ejecutivo o a un superior, la especialización, para que los puestos operativos y administrativos cuenten con personal con las aptitudes, actitudes y conocimientos para cada área de la empresa, y la departamentalización necesaria para una eficiente distribución de las actividades y recursos manteniendo un control de los mismos, haciendo que la información brindada por los departamentos sea ordenada y precisa.

1.2.4 Gestión administrativa

De acuerdo con Caldas et al. (2017) la gestión administrativa de una organización es la encargada de que los procesos y actividades se realicen de forma eficiente y eficaz, y para ello debe cumplir con ciertas premisas.

La gestión administrativa estará encargada de todos los procesos necesarios para mantener a una empresa como es el de planificar, organizar, dirigir y controlar los proceso y actividades diarias productivas, a su vez es aquella parte estructural que permite distribuir toda la información necesaria referente a la situación de la empresa de forma eficaz y eficiente con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

1.2.5 Importancia de la gestión administrativa

Para Mendoza et al. (2018), la gestión administrativa de una organización es un factor importante cuando se trata de crear un negocio puesto que en ella caerá la responsabilidad de dar éxito a una empresa o negocio.

A partir de lo anterior expuesto, el éxito de una empresa si viene dado por una buena gestión administrativa, donde la distribución de los recursos se realiza de tal forma que evita la pérdida de tiempo y dinero, para ello las organizaciones deben elaborar políticas, normas y procedimientos necesarios para sus actividades productivas.

1.2.6 Indicadores de gestión administrativa

Para (Samaniago García 2017) cualquier metodología para determinar los indicadores de gestión deberán considerar los elementos asociados a cada indicador siguiendo el siguiente procedimiento:

- Determinar un grupo de trabajo para los indicadores.
- Identificar cuales actividades se medirán.
- Determinar un proceso de medición en donde se determine el objetivo y asignación de responsable.
- Ejecutará el proceso de medición.
- Seguimiento del sistema para la medición d los indicadores y establecer correctivos
- Ampliar el número de indicadores.

Antes de la implementación de los indicadores de gestión se debe realizar un análisis completo de la empresa de los factores internos y externos con el fin de diagnosticar la situación actual de la empresa.

1.2.7 ¿Qué es un modelo?

Un modelo es una pauta o referente para seguir que se encuentra estructura por procesos, pasos o actividades los cuales deben ser ejecutados de forma ordenada para llegar a alcanzar un objetivo determinado.

Para (2018), se habla de modelos cuando su elaboración y diseño se crean a partir de determinar un fenómeno, el comprender desde un punto de vista racional como viene dado el mundo, produciendo un trabajo científico que estará encaminado al desarrollo de la tecnología y ciencia a partir de procesos que generen conocimiento y aborden la realidad y problemáticas.

1.2.8 Modelo de Gestión

Un modelo de gestión será aquel plan estructurado en el cual las empresas determinaran sus estrategias, mecanismos, herramientas y procesos con las cuales llevaran a cabo todas las acciones de la organización, siendo esta la forma de alcanzar las metas planteadas.

1.2.9 Importancia de un Modelo de Gestión

Según Choloquinga (2021), la importancia de un modelo de gestión viene dado por la optimización de procesos, recursos, servicios y tiempo que serán ofrecidos a la ciudadanía, así como también el desempeño de la gestión organizacional.

Acotando lo anteriormente mencionado, es importante contar con procesos administrativos que sean estandarizados para todos los departamentos y áreas de una empresa, con estas acciones se puede crear manuales que permitan a los nuevos integrantes de las empresas acoplarse a sus actividades de manera efectiva, también la recopilación de información sentara las bases de datos para conocer la situación real de la empresa en cualquier momento dado, y además también servirá para implementar nuevos procesos o estrategias empresariales.

1.2.10 Tipos de modelos de gestión

Álvarez (2017) determina que los autores Julián Birkinshaw profesor de estrategia y gestión internacional de la London Business School y el investigador Jules Goddard del Centre for Managment Development de la Londo Business School a partir de una serie de investigaciones ejecutadas en diferentes organizaciones, determinaron cuatro modelos a seguir.

1.2.10.1 Modelo de planificación

En este modelo se considera que está conformado por organizaciones que ya están posicionadas y maduras, para ellos ya cuentan con una estructura de empresa bien definidas donde sus normas y reglamentos son concretos y claros, además el líder lleva la gestión y el control, el personal tiene conocimiento de sus actividades específicas, es decir empresas en donde se tienen los medios para alcanzar sus objetivos.

1.2.10.2 Modelo de búsqueda

Dentro de este modelo se podrán ubicar a las empresas que son altamente competitivas, y por ello buscaran modelos que puedan aumentar su crecimiento a partir de estrategias y procesos eficaces, son estas empresas que tienen modelos dinámicos para gestionar sus actividades de esta forma permiten al personal realizar sus actividades con libertad siempre y cuando sigan los objetivos de la organización, el líder es aquel que motivara a sus integrantes a alcanzar las metas.

1.2.10.3 Modelo de descubrimiento

Este modelo de gestión es utilizado en empresas que van iniciando dentro de un mercado pues tratan de obtener experiencia, por ello prueban diferentes tipos de administraciones y estrategias de sus antecesores siendo mucho más flexibles en cuanto a sus objetivos y como lograrlos, también puede ser utilizado en organizaciones donde su situación está deteriorada y necesitan realizar cambios en su gestión.

1.2.10.4 Modelo científico

Dentro de este modelo de gestión encontraremos a todas aquellas empresas que controla cada uno de su proceso y actividades de manera estricta, pero que no cuentan con unos objetivos definidos, el líder al tomar decisiones pone en consideración el pensamiento colectivo de los colaboradores, puesto que con ello contara con un enfoque más general de la situación de la organización.

1.2.11 Modelo de gestión administrativa

Para Recalde et al. (2017), el modelo de gestión administrativa tiene como objetivo mejorar y optimizar los procesos, para de esta forma incrementar la eficacia, efectividad y eficiencia. También admite la disminución de las consultas y trámites administrativos que dará como resultado un servicio de calidad dirigido al cliente.

Un modelo de gestión administrativa sirve para organizar a una empresa, sus recursos y talento humano, con el fin de optimizar el tiempo, y de esta forma alcanzar los objetivos propuestos en la planificación administrativa, que también será organizada y para ello creará procesos acordes a cada realidad de empresa, con su debida dirección y controles internos.

1.2.12 Objetivo de un modelo de gestión administrativa

Para Rauz (2007) los modelos de gestión administrativo tienen como objetivo reducir los riesgos a los que se verá enfrentado la empresa, el direccionar a la organización hacia sus objetivos propuestos, de la misma forma evaluar las propuestas llevadas a cabo e identificar las formas para mejorar los departamentos de una organización.

1.2.13 Etapas de un modelo de gestión administrativa

Según Rauz (2007) el modelo de gestión administrativa debe seguir un establecido protocolo en secuencia que vendrá dado de la siguiente forma:

- Primero se deberá establecer una estructura funcional dentro de las organizaciones esto con el objetivo de tener conocimiento de cada proceso o actividad, sea esta productiva o administrativa.
- En segundo lugar, se necesita conocer la relación que se tiene con terceros, es decir, identificar la interacción de la organización dentro del mercado, y cuál es el objeto de dicha acción.
- Por último, se debe identificar todos los procesos de la empresa y determinar si estos son funcionales o se deben realizar mejoras.

1.2.14 Desarrollo del modelo de gestión administrativa.

De acuerdo con Rauz (2007) a partir del siguiente esquema se puede apreciar como vendrá dado el desarrollo del modelo de gestión administrativa:

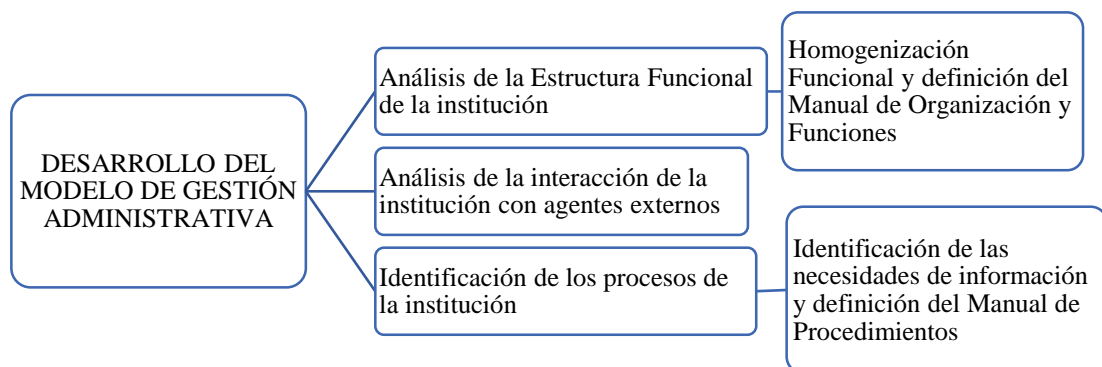


Figura 3-1: Etapas del Modelo de Gestión Administrativa

Fuente: Rauz (2007)

Realizado por: **Lema, J. 2021**

Como se puede observar en la imagen el desarrollo del modelo de gestión administrativa, se da a partir de diferentes etapas las cuales son análisis de la estructura funcional, la interacción con terceros, de la homogenización funcional y la determinación de un manual de funciones, identificación de procesos y necesidades.

Todo este conjunto de fases permite al modelo ser funcional, buscando mejoras en los procesos tanto administrativos como productivos, estableciendo nuevas estrategias y dinámicas que serán incluidas dentro de la estructura administrativa vigente, con ello el bien o servicio ofertado tendrá una mayor calidad y sus procesos de producción se encontraran estandarizados para todas sus líneas de negocio, su personal laborará con las capacidades necesarias para cada puesto de trabajo,

la información obtenida podrá utilizarse para la toma de decisiones que aumenten la competitividad de la organización.

1.2.15 Clasificación de los modelos de gestión administrativos

Se considera que los modelos de gestión administrativa se clasificarán en 4 modalidades que se detallan a continuación:

- Modelo de Excelencia EFMQ
- Modelo DEMING
- Modelo de Gestión Cameron y Quinn
- Modelo de Gestión Kaplan y Norton

1.2.15.1 Modelo de Gestión de Excelencia EFMQ

La definición dada por (EFQM 2019) del modelo EFQM de Calidad y Excelencia, se puede entender como la autoevaluación que determinaran cuales procesos necesitan de una mejora continua, en organizaciones tanto públicas como privadas.

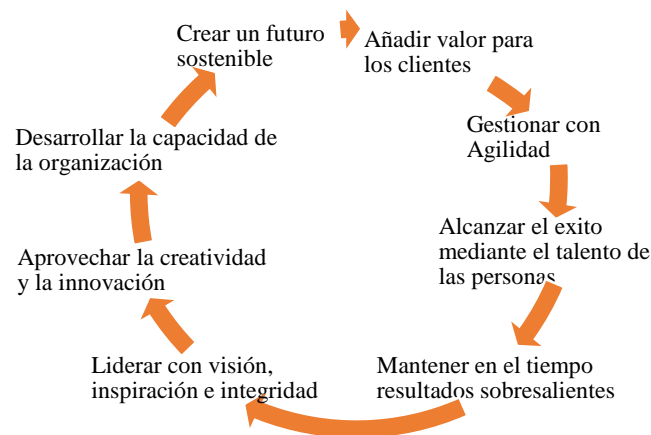


Figura 4-1: Características del Modelo EFMQ

Fuente: EFQM, 2019

Realizado por: Lema, J. 2021

En la imagen se puede observar algunas características del modelo descrito, y se puede considerar que estas van dirigidas hacia el buen aprovechamiento del talento humano, gestionando a la organización con estrategias que permitan desarrollar las habilidades de creatividad e innovación, y por ende se podrá desarrollar la máxima capacidad de la empresa.



Figura 5-1: Enfoques del Modelo EFQM

Fuente: EFQM, 2019

Realizado por: Lema, J. 2021

En la siguiente imagen se puede divisar que existen 2 enfoques importantes dentro de este modelo que son los Agentes y los Resultados, los cuales contienen subdivisiones en donde los agentes son los encargados de la organización, ellos crean políticas y estrategias, obtienen alianzas y recursos que serán empleados por el personal de la empresa, por medio de procesos determinados. A continuación, le siguen los resultados que se dividen en resultados de personas, resultados de clientes y resultados en la sociedad, dando en conjunto los resultados claves que motivarán la innovación y el aprendizaje en la organización.

Dentro de las principales características se encuentran:

- Orientación hacia los clientes
- Orientación hacia los resultados
- Liderazgo y coherencia
- Implicación y desarrollo de las personas
- Continuo proceso de mejora aprendizaje e innovación.
- Gestión de hechos y procesos
- Alianzas
- Responsabilidad Social de la empresa.

Encontrar los puntos débiles y fuertes de las organizaciones permitirá realizar los cambios de mejora en el momento que sea necesario, garantizando de esta forma la eficiencia, eficacia y efectividad de estas.

1.2.15.2 Modelo DEMING

Para Castillo (2019) el ciclo de Deming está conformado por 4 etapas planear, ejecutar o hacer, controlar o verificar y actuar que deben ser establecidos por cada empresa en cada proceso por muy insignificante que este sea. Este es un instrumento que se enfocara en la mejora continua y resolución de problemas, por medio del diagnóstico inicial, se encuentran fallas luego se establecen planes de resultados, se analizan los resultados se plantea un nuevo diseño para que se anule el problema y se pueda conseguir un resultado más aceptable.

A continuación, se detallas las etapas del modelo Deming:

Planear: en esta etapa se concretan los planes que dirigirán a la empresa al cumplimiento de metas, para ello se realizó un diagnóstico previo de la organización se realizara las mejoras a las áreas en donde se encontraron fallas y se plantea una posible solución con un plan de trabajo.

Hacer: en esta etapa se pondrá en marcha el plan que se determinó para la solución del problema planteado, en este apartado se encontrara el desarrollo del plan bajo las condiciones de cada organización.

Verificar: en esta etapa se verificarán los resultados previstos con los reales, esto a partir de indicadores de medición, que ya se determinaron en el plan, de igual manera existen aspectos que no se podrán medir y para ello se contara con otros instrumentos.

Actuar: en esta etapa se concluye el ciclo y es aquí donde sí se obtuvieron resultados positivos se puede este plan sistematizar y documentar, pero si este no tuvo resultados favorables se actúa rápidamente corrigiendo los errores encontrados en el plan o a su vez se lo reemplaza.



Figura 6-1: Esquema de trabajo según el Modelo Deming

Fuente: Recale, Páez, Yépez y Andrade (2017)

Realizado por: Lema, J. 2021

1.2.15.3 Modelo de Gestión Cameron y Quinn

“El modelo de valores en competencia de Cameron y Quinn es un modelo reconocido por su idoneidad para el propósito de medir la cultura organizacional” y esta viene dada en dos dimensiones. (Salazar, 2019, p.11)

La primera dimensión trata la estabilidad versus la flexibilidad es decir si considera que el dinamismo y la discreción es más importante que el orden y el control de la organización, en cuanto a la segunda dimensión plantea que la empresa pueda tener o una orientación externa o una orientación interna.

A partir de estas dos dimensiones se forma cuatro cuadrantes los cuales son jerarquía, clan, mercado y adhocrática cada una de ellas son tipos de cultura que vienen representadas en una suposición básica, valores y orientaciones característicos de la cultura organizacional.

El cuadrante jerárquico trata sobre la estructuración de áreas de trabajo en donde existan procedimientos orientados y coordinados con el único fin de establecer eficiencia organizacional.

El cuadrante clan hace referencia a el trabajo en equipo en donde se motive la participación de los empleados generando compromiso y lealtad, también será necesario que los corporativos creen compromiso con el personal capacitándolo y facilitando su participación, en este enfoque se considera a los clientes como potenciales socios.

El cuadrante de mercado estará orientado a obtener el mejor resultado y alcance de los objetivos por ello estos deben impulsar acciones competitivas.

Finalmente, el cuadrante adhocrático este proceso se implementa a partir de trasladar de lo industrial a información, es decir son aquellos grupos que después de realizar una tarea se disuelven.

1.2.15.4 Modelo de Gestión Kaplan y Norton

Según (2019) el modelo de gestión de Kaplan y Norton es un modelo de dirección y gestión de empresas en donde se considera existen cuatro etapas para su aplicación, las cuales se detallan a continuación:

- La primera etapa identifica el desempeño de la organización, midiéndolo a partir de los indicadores del alcance de la gestión administrativa.
- La segunda etapa es aquella que incluye la visión estratégica de la empresa, en donde se verá reflejado el alcance que desea obtener la organización.
- La tercera etapa siendo esta la fase en donde se unificarán los objetivos y se determinarán los indicadores cuando se realice un estudio de causa-efecto y se establezcan de esta forma los mapas estratégicos.
- La cuarta etapa hará referencia a la dirección estratégica siendo esta una parte fundamental para generar el balance Scorecard.

1.2.16 Matriz DAFO o FODA

De acuerdo con Torres (2019) la matriz FODA permite la comparación entre las amenazas y oportunidades que se visualizan de manera externa contra las debilidades y fortalezas que se observan de manera interna dentro de una organización.

En el presente trabajo de investigación se va a desarrollar la matriz FODA a partir de recopilar información necesaria para el estudio, de esta forma se conocerá la situación de empresa tanto de forma interna como externa, cuáles son los factores que la benefician o perjudican, y a partir de ello establecer el modelo de gestión administrativa que trate de resolver estos acontecimientos.

1.2.16.1 Análisis interno

El análisis interno según Rivero (2018) es aquel que implica observar hacia el interior de las organizaciones para determinar sus capacidades y recursos que vendrán a ser sus fortalezas y en cuál de estas se presentan las debilidades.

A continuación, se presentará una guía para encontrar las fortalezas y debilidades de una organización:

Tabla 1-1: Guía de Análisis de Fortalezas y Debilidades

ÁREAS	ASPECTOS PARA EVALUAR
1. Gerencia	Pasado de la empresa Calidad de los niveles altos y medios Conocimiento del sector de actividad Cultura de empresa Sistema de planificación estratégica Espíritu emprendedor Sistemas de operación y control Lealtad del personal (índice de rotación) Sistemas para la toma de decisiones Orientación de la empresa (producción, ventas, etc.) Claridad en los objetivos corporativos Coherencia entre las estrategias y las estructuras Habilidad para trabajar en grupo Edad y formación de la dirección Flexibilidad y capacidad de adaptación de los altos mandos y de la organización Sistemas de información
2. Innovación	Liderazgo tecnológico Capacidad para generar nuevos productos (investigación y desarrollo) (porcentajes de las ventas que se destina a esa actividad) Patentes, derechos, etc.

3. Marketing	<p>Equilibrio en el portafolio de productos</p> <p>Posición de los productos en el ciclo de vida</p> <p>Imagen y reputación</p> <p>Posicionamiento en el mercado</p> <p>Diferenciación de los productos</p> <p>Imagen de marca</p> <p>Amplitud de la línea de productos</p> <p>Orientación al consumidor</p> <p>Enfoque hacia la segmentación</p> <p>Distribución, cobertura, control sobre los canales, eficacia y eficiencia, costos, etc.</p> <p>Relaciones con la clientela</p> <p>Política de comunicación</p> <p>Redes sociales</p> <p>Estructura y dinámica de la red de ventas</p> <p>Habilidad en las investigaciones marketing</p> <p>Capacidad y experiencia en el lanzamiento de nuevos productos</p>
4. Bases de consumidores	<p>Nivel de lealtad</p> <p>Participación de mercado</p> <p>Crecimiento de los mercados y segmentos servidos en la actualidad</p> <p>Mercados y segmentos potenciales no explotados</p>
5. Finanzas	<p>Márgenes de beneficios</p> <p>Estabilidad y solidez</p> <p>Flujo de efectivo</p> <p>Posición en los índices financieros</p> <p>Habilidad administrativo-financiera</p> <p>Estructura de los costos generales</p>
6. Producción	<p>Capacidad de producción versus demanda</p> <p>Actitud y motivación del personal de fábrica</p> <p>Acceso a las materias primas</p> <p>Estado de los equipos</p> <p>Flexibilidad en las operaciones</p> <p>Tecnología utilizada</p>

Fuente: Rivero, Magda. 2018

Realizado por: Lema, J. 2021

1.2.16.2 Análisis externo

El análisis externo según Rivero (2018) es aquel que involucra a todos los factores que conforman el entorno, y a partir de los cuales se podrán identificar las amenazas y oportunidades que se tendrá dentro del mercado.

Tabla 2-1: Guía para identificar Oportunidades y Amenazas

DIMENSIONES DEL ENTORNO	ASPECTOS PARA CONSIDERAR
Demografía	Tamaño de la población Tasas de natalidad y mortalidad Estructuras de edad Movimientos de la población
Económica	Renta y riqueza Crecimiento/recesión/inflación Desempleo Otras causas puramente económicas
Sociocultural	Cambios en los valores Cambios en las experiencias Cambios en los estilos de vida Tendencias en la educación Cuestiones y grupos sociales Delincuencia, drogadicción
Legales y políticas	Legislación, Jurisprudencia Grupos de presión
Tecnológica	Inventos e innovaciones Investigación y desarrollo
Medio ambiente	Restricción en suministros Asignación de recursos
Mercados	Situación de la oferta y la demanda en los mercados actuales y potenciales Tendencias globales Importaciones Exportaciones Índices de consumo Problemas existentes

Sector y competencia	Competidores Políticas vigentes Acuerdo entre empresas Niveles de precios (formales y reales) Cambios estructurales: compras, fusiones, inversiones conjuntas en las que se vean envueltas empresas del sector que podrían afectar la estructura competitiva o que anuncien el posible ingreso de un nuevo competidor
----------------------	---

Fuente: Rivero, Magda. 2018

Realizado por: Lema, J. 2021

1.2.16.3 Estrategias resultantes de la Matriz FODA

Las estrategias vendrán dadas a partir del estudio realizado, están se encaminarán a mantener una buena administración, el corregir errores dentro de la organización, buscar nuevas oportunidades de crecimiento empresarial y fortalecer mucho más el negocio al fin de confrontar las amenazas de mejor manera.

Según (Rivero 2018) las estrategias básicas después de un estudio son las estrategias de supervivencia las que buscan afrontar la amenaza o punto débil buscando soluciones, también están las estrategias adaptivas que surgen de combinar una oportunidad con alguna debilidad al fin de aumentar la presencia en el mercado e introducir productos nuevos al mercado, las estrategias defensivas en cambio surgen de la interacción entre una amenaza y una fortaleza ampliando líneas de productos, introduciendo modelos para mantener los nichos del mercado, y finalmente las estrategias ofensivas que surgen de la interacción entre una fortaleza y una oportunidad de esta forma se aprovechara los puntos fuertes de la organización aumentando nuestra competitividad.

1.2.17 Manual de funciones

Un manual de funciones es aquel que contendrá todas las actividades de los puestos de trabajo, los manuales surgen a partir del estudio de las necesidades de cada empresa, sobre el personal que necesita laborando, es un factor importante para la correcta gestión del talento humano.

Un manual se puede desarrollar a partir de las siguientes etapas:

- Estudio de cada puesto de trabajo

- Determinación de las actividades propias de cada puesto de trabajo
- Establecer un formato de manual de trabajo
- Definir cuales actividades son propias de cada puesto a partir del perfil profesional, técnico, o tecnológico.
- Adaptar cada puesto a las necesidades de la empresa
- Establecer el manual de funciones

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Organización

El concepto de organización según Gambino A, y Pungitore J, (2020) se puede expresar como un diseño de una red de vínculos creada por un grupo de personas que en conjunto forman una organización y que dentro de ella trabajan se comunican expresan emociones y comparten información. Acotando lo anterior mencionado una organización se conforma de un grupo de personas con intereses similares que buscan alcanzar un objetivo en común, por ello aportan todos sus esfuerzos, conocimientos y habilidades al fin conseguir las metas propuestas.

1.3.2 Planificación

La planificación de acuerdo con Real Academia Española (2020) es un plan general que se encuentra organizado y usualmente es de gran dimensión, de igual forma en cómo se desarrolla una ciudad, una investigación científica, el desarrollo económico y la función de la industria.

La planificación es una parte muy importante para cualquier modelo de gestión, esta termina siendo una guía para implementar las condiciones que fueron determinadas para su ejecución, mantener un plan también significa que tenemos el control de todos los procesos de la organización, y por consecuente la información de cada departamento y función.

1.3.3 Dirección

(Burbano 2017) considera que la dirección es una de las tareas principales que debe desarrollar aquel que dirige la empresa y su rumbo, estableciendo criterios generales para determinar objetivos y la organización de las actividades a trabajar. Esto conlleva alta complejidad debido a que la organización debe encontrarse en constante adaptación a un mercado cambiante.

La dirección de una empresa es fundamental, al fin de que los miembros de la organización puedan realizar sus labores de la forma y fin que sea necesaria para la empresa, de así que el

producto o servicio prestado podrá garantizar la calidad de este, en el caso de Peluquería Jordy, las actividades que ofrecen y realizan en el negocio deben ser dirigidas por su maestro en jefe, que es el que cuenta con mayor experiencia.

1.3.4 Evaluación

De acuerdo con la definición de (Díaz, Rosero López, and Obando Yépez 2018) la evaluación un punto de un de partida en donde tiene sentido el proceso educativo porque cuenta con una finalidad clara de la realidad del entorno, persiguiendo objetivos y metas que se desarrollan en cualquier momento y en cualquier lugar generando espacios reflexivos en donde el quehacer pedagógico se convierte en un transformador de realidad.

1.3.5 Control

Según Mendoza Zamora et al. (2018) ha sido reconocido como una herramienta para que la dirección de todo tipo de organización obtenga una seguridad razonable para el cumplimiento de sus objetivos institucionales y esté en capacidad de informar sobre su gestión a las personas interesadas en ella.

1.3.6 Gestión

Son todas aquellas actividades que encaminaran a la empresa hacia el desarrollo, por medio de diferentes instrumentos, técnicas u otros métodos que influyan en la actividad propia del negocio.

1.3.7 Administración

La administración es la ciencia y arte de dirigir personas hacia el desarrollo de un objetivo propuesto, por medio de los recursos y medios con los que se cuentan, planificando, ejecutando, dirigiendo y controlando cada actividad.

1.3.8 Gestión administrativa

Son todas aquellas actividades, y estrategias que permitan llevar a cabo un proceso administrativo eficaz y eficiente, a partir del uso de herramientas e instrumentos administrativos, con el fin de alcanzar los objetivos de la organización.

1.3.9 Modelo de gestión

Según Angulo (2017) sugiere que los modelos de gestión del conocimiento antes descritos, permiten examinar la capacidad de aprendizaje, destacan su importancia como factor decisivo en la generación, almacenamiento, acceso y transferencia del conocimiento en las organizaciones.

1.3.10 Competitividad

Es aquello que hace la diferencia entre las demás empresas que estén dedicadas al mismo giro de negocio o dentro de un mismo mercado, puede ser un objeto diferenciador la innovación, las tecnologías entre otros.

1.3.11 Misión

La misión es aquel motivo o razón de ser de una organización para ello se propone objetivos a cumplir en el presente, es decir refleja la situación actual de la empresa y sus deseos de mejora.

1.3.12 Visión

La visión es una expectativa que se desea alcanzar en el futuro, para los cual determina objetivos en corto, mediano, o largo plazo los cuales deben ser realistas, teniendo como función ser guía y fuente de motivación para la organización, empresa o institución.

1.3.13 Políticas empresariales

Son directrices que deben seguir las organizaciones para mantener el control de las actividades del grupo personas que las conformas, estas van a ir determinadas según la necesidad de cada empresa.

1.4 IDEA POR DEFENDER

El diseño de modelo de Gestión Administrativo permitirá que la Peluquería “Jordy” cuente con una estructura administrativa que le permitirá gestionar sus actividades diarias de manera eficiente y eficaz generando mayor rentabilidad y crecimiento del negocio.

1.5 VARIABLES

1.5.1 Variable Independiente

Modelo de gestión administrativa.

1.5.2 Variable Dependiente

Crecimiento de la empresa, al generar mayor rentabilidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de la Investigación

2.1.1 *Enfoque Mixto*

“El proceso de investigación mixto implica una recolección análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio”. (Ortega, 2018, p.19)

En el presente proyecto de investigación se aplicará un enfoque de investigación mixto debido a que en el ámbito cuantitativo estará reflejado en las encuestas, que se realizará a los trabajadores de la Peluquería Jordy con el fin de generar una base de datos del negocio. En ámbito cualitativo se aplicará cuando se realice la observación del negocio, entrevistas al personal, la calidad del servicio, la atención al cliente y al personal, las estrategias que toman a partir de tendencias de moda entre otros aspectos.

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 *Investigación Exploratoria*

Nivel de investigación exploratoria “estudian problemas o factores que han sido poco analizados o que se tienen aún datos contradictorios” (Galarza, 2020, p.3).

En el trabajo de investigación se utilizará este tipo de nivel de investigación debido a que se estudiará el problema encontrado dentro de la Peluquería Jordy, que hace referencia a la poco o nula administración con la que cuenta en la actualidad el negocio.

2.2.2 *Investigación descriptiva*

Nivel de investigación descriptivo que para (Galarza 2020) especifican las propiedades de las partes o variables, también definen y miden las variables cuantificando y mostrando las dimensiones de un contexto o fenómeno.

Este nivel de investigación también conocido como nivel de estudio estadístico se aplicará dentro del trabajo de titulación, debido a que se tomarán en consideración las variables que surjan del

problema en estudio, es decir los datos o características que nos darán una visión general de la situación de la Peluquería Jordy.

2.2.3 Investigación Explicativa

Acorde con Galarza (2020) la investigación explicativa busca determinar causas de los eventos, y también establecer las relaciones de casualidad.

Durante el estudio se establecerá las causas de los eventos y también se dará respuesta a sus causales y la relación que se originará entre ellas para que la Peluquería Jordy no cuente con una administración que le permita dirigir el negocio.

2.3 Diseño de investigación

2.3.1 No experimental

De acuerdo con Centro de Investigación Psicológicas y Sociológicas (2018) la investigación no experimental se basa en conceptos, categorías, variables, contextos o comunidades que vienen a darse sin la intervención del investigador, es decir sin que se altere el objeto de estudio. En la investigación no experimental se observan los acontecimientos tal y como son en su forma natural, para luego analizarlos.

Este diseño de investigación se realizará dentro de la Peluquería Jordy, puesto que se analizará los datos que se obtiene de realizar el estudio para desarrollar el diseño de un Modelo de Gestión Administrativa, para lo cual no alteraremos ninguna información que sea proporcionada u obtenida dentro de la investigación.

2.4 Tipo de estudio

El tipo de estudio transversal “se mide una sola vez las variables y con esa información se realiza el análisis; se miden las características de uno o más grupos de unidades en un momento específico, sin evaluar la evolución de esas unidades” (Galarza, 2020, p.4)

En el presente estudio se empleará como base la información obtenida por las encuestas, entrevistas y observaciones realizadas en la actualidad, y a partir de ello determinar cómo se desarrollará el diseño de gestión administrativa.

2.5 Población y muestra

La población para el estudio será de 4 personas, que comprende al personal que labora en la Peluquería Jordy.

Para el cálculo de una muestra poblacional es necesario que la misma sea superior a 100 personas, debido a que la población del estudio es inferior a la mínima establecida, se procede a utilizar el total de esta.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos de Investigación

Método Inductivo

Para Abreu (2014) el método inductivo es aquel que se percibe de manera general como aspectos relacionados con la investigación cualitativa, es decir comienza con el análisis de aspectos específicos para establecer generalizaciones.

Este método inductivo se aplicará dentro de la investigación a través del uso de un instrumento de investigación el cual será la entrevista dirigida al propietario de la peluquería, en donde se abordarán aspectos tanto externos como internos, de esta forma se obtendrá una perspectiva general del negocio dentro del mercado.

Método Deductivo

El método deductivo para Abreu (2014) está relacionado con la investigación cuantitativa, es decir, comienza con generalizaciones y se trata de llegar a casos específicos.

El método deductivo se aplicará dentro del estudio a partir del uso de una encuesta dirigida al personal de la peluquería, así se obtendrá datos específicos de la situación administrativa del negocio.

2.6.2 Técnicas de Investigación

Encuesta

Una encuesta permite generar una base de datos a partir de las opiniones de los encuestados, para ello se empleará como instrumento el cuestionario, en donde están ubicadas todas las preguntas a realizarse. Dentro de la Peluquería “Jordy” se encuestará a todo el personal incluido el propietario del negocio.

Entrevista

La entrevista para Troncoso y Amaya (2017) “la entrevista se enmarca en el quehacer cualitativo como una herramienta eficaz para desentrañar significaciones, las cuales fueron elaboradas por los sujetos mediante sus discurso, relatos y experiencias”.

La entrevista se realizará al propietario de la Peluquería “Jordy” utilizando los instrumentos de Guía de Entrevistas, en donde se encontrarán todas las preguntas abiertas o cerradas que se formulen con el fin de obtener información del negocio, y el instrumento de Registro de la Entrevista, trasladando el audio o video a formato de texto.

Observación

La técnica de observación abarca todo aquello que puede ser percibido por la vista y que sea de aporte para la recopilación de información, por ello aparte de las encuestas hacia los empleados de la Peluquería y de la entrevista a su propietario se tomara a la observación como una herramienta para captar mayores detalles del negocio.

2.6.3 Instrumentos de Investigación

Cuestionario

Para la población se realizará un cuestionario en el cual constaran una serie de preguntas relevantes para el estudio, en el cual se dará a conocer las opiniones del personal de la Peluquería “Jordy”. (Anexo A)

Guía de entrevista

Se establecerá un banco de preguntas dirigidas al Gerente/propietario de la Peluquería “Jordy” a fin de conocer de primera mano la situación actual del negocio con información real y oportuna lo que permitirá realizar una completa compilación de datos. (Anexo B)

2.7 Análisis e Interpretación de Resultados

En el presente estudio se tomará en consideración una población de 4 personas que se detallan a continuación:

Tabla 1-2:Población de estudio

Área de Trabajo	N° de Empleados	Porcentaje
Área Administrativa	1	25%
Área de Servicio	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Estudio de campo.

Realizado por: Lema, J. 2021

Por tener una población reducida se trabajará con la totalidad de la misma, sin la necesidad de realizar una muestra.

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LA PELUQUERIA “JORDY”

1. ¿Conoce usted si la Peluquería Jordy cuenta con un organigrama?

Tabla 2-2: ¿Cuenta con un organigrama?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

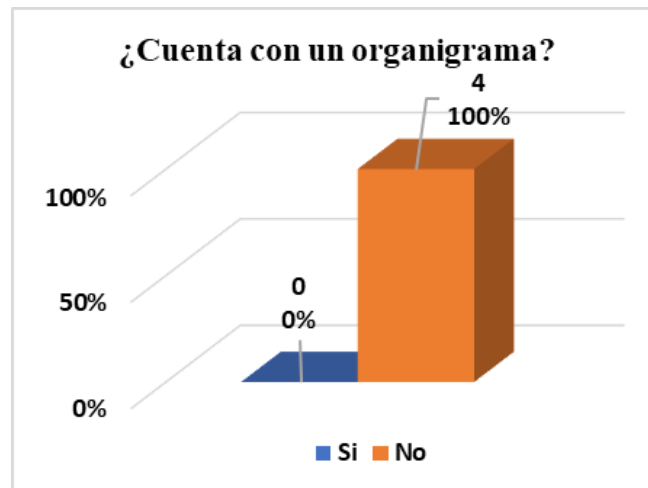


Gráfico 1-2: Existencia de un organigrama en la empresa

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

De acuerdo con el gráfico el total de población es decir el 100% no conoce de la existencia de un organigrama dentro de la Peluquería Jordy.

Al no contar con un organigrama, sus procesos y jerarquía no se encuentra bien definidas, llevando a cabo sus actividades técnicas y administrativas de forma empírica, es por ello necesario establecer un organigrama que determine la estructura del negocio en cuanto a sus funciones y áreas de trabajo.

2. **¿Existe un manual de funciones en donde se encuentren las tareas y obligaciones que usted deba cumplir?**

Tabla 3-2: ¿Existe un manual de funciones?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

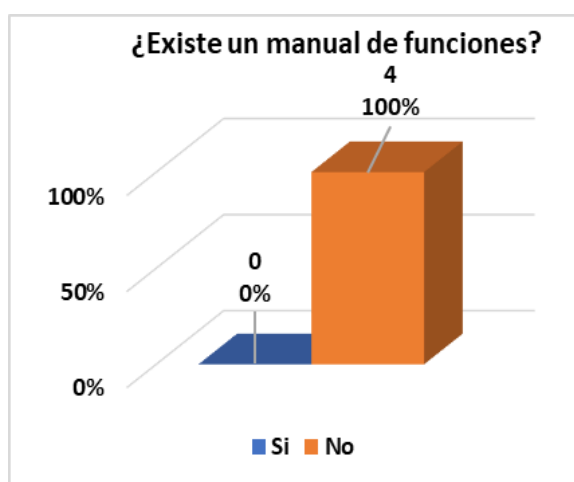


Gráfico 2-2: ¿Existe un manual de funciones?

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico el 100% de los empleados no conocen de la existencia de un manual de funciones por lo cual sus actividades se están llevando de acuerdo con la experiencia del propietario.

Es pertinente realizar un manual de funciones en donde se encuentren detalladas las actividades a realizar de cada puesto de trabajo de la Peluquería Jordy, con el fin de poder optimizar los recursos y el tiempo que se destina a cada uno del personal.

3. ¿Se desarrollan procesos de evaluación del desempeño del personal?

Tabla 4-2: ¿Existe un manual de funciones?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

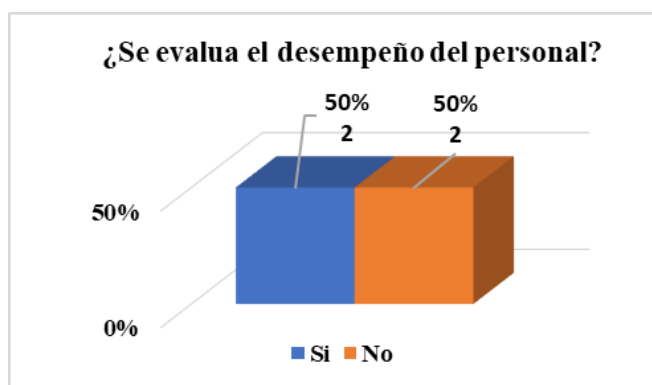


Gráfico 3-2: ¿Existe un manual de funciones?

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico al 50% del personal no se le ha realizado una evaluación de desempeño y el otro 50% si ha recibido una evaluación, esto debido a que la mitad de su personal es nuevo y por ser fechas de alta demanda como son Navidad y Fin de año no se ha podido realizar. Por lo anterior expuesto es necesario implementar un proceso de control interno en el cual se pueda evaluar el desempeño del personal de manera oportuna, evitando de esta forma tener inconvenientes para las fechas de alta demanda.

4. ¿Ha recibido capacitación para mejorar su desempeño laboral?

Tabla 5-2: ¿Ha recibido capacitación?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

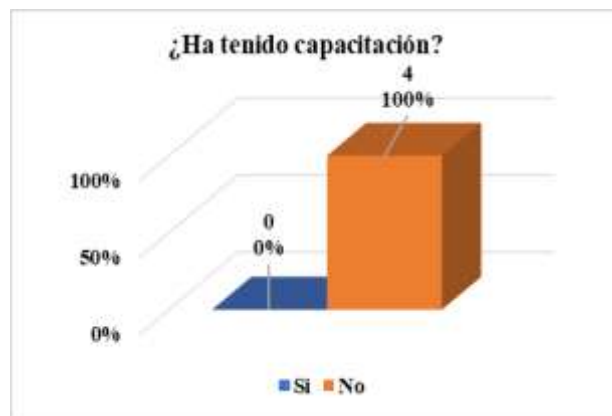


Gráfico 4-2: ¿Ha recibido capacitación?

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico el 100% de los trabajadores no ha recibido capacitaciones para sus labores, por ello es necesario crear un plan de capacitaciones en donde se comprenda el cronograma y presupuesto de estas.

Es necesario mantener la capacitación del personal puesto que al tratarse de una Peluquería esta debe mantenerse actualizado a las tendencias y modas que surgen en cada temporada.

5. La atención que brinda el negocio al cliente es:

Tabla 6-2: Calificación atención al cliente

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	100%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

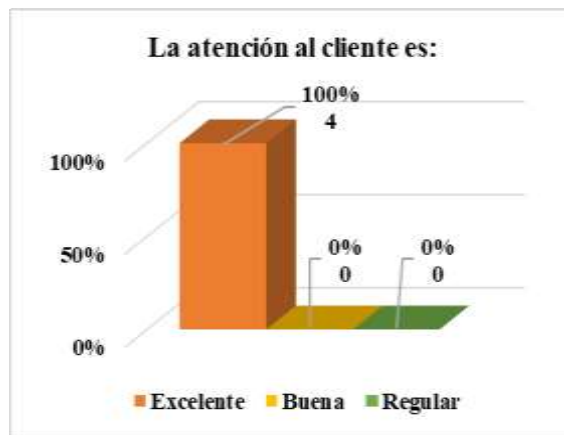


Gráfico 5-2: Calificación atención al cliente

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

En el gráfico se observa que el 100% de los empleados consideran que la atención al cliente es excelente, por ello se debe mantener y también generar nuevas estrategias que permitan atraer a nuevos clientes.

La Peluquería Jordy cuenta con una buena atención al cliente en cuanto a su servicio, pero podría mejorarse implementando nuevas estrategias enfocadas al servicio.

6. ¿Las actividades planificadas se dan a conocer al personal?

Tabla 7-2: Conocimiento del proceso de planificación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

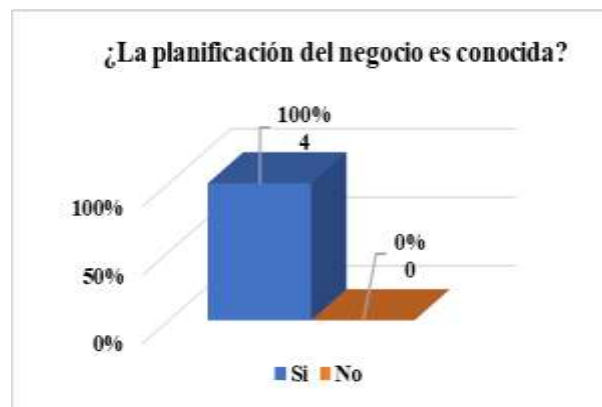


Gráfico 6-2: Conocimiento del proceso de planificación

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Según el gráfico el 100% de los empleados conocen las actividades que son planificadas para su labor. Pero estas se realizan de forma empírica y se llega acuerdos de manera verbal. Por ello es necesario crear un plan de actividades que este enfocados alcanzar un objetivo sea este semanal, mensual, o anual, de esta forma optimizaremos el tiempo y los recursos.

7. ¿Son acertadas las decisiones adoptadas por el Gerente de la Peluquería Jordy?

Tabla 8-2: ¿Las decisiones del negocio son acertadas?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

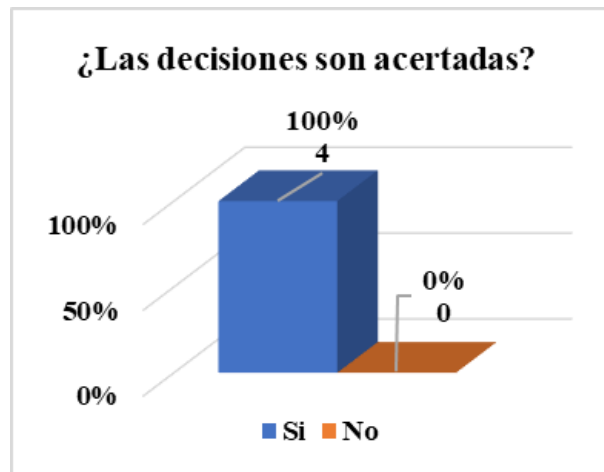


Gráfico 7-2: ¿Las decisiones del negocio son acertadas?

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico el 100% del personal considera que si son acertadas las decisiones tomadas por parte del propietario de la peluquería Jordy. Sin embargo, es necesario implementar procesos para la toma de decisiones dentro del negocio que se basen en un procedimiento técnico que permita tomar las decisiones de manera oportuna y con toda la información que le sea disponible.

8. ¿Conoce usted si la Peluquería Jordy realiza procesos de planificación de actividades, organización, dirección y control de estas?

Tabla 9-2: ¿Se realizan procesos organizacionales?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021



Gráfico 8-2: ¿Se realizan procesos organizacionales?

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico el 100% del personal conoce de los procesos de planificación, organización control y dirección de la peluquería Jordy, sin embargo, estos se realizan de manera empírica y de forma básica. Por ello es necesario crear una estructura organizacional que permita generar un modelo de gestión administrativo para desarrollar cada una de estas actividades de manera técnica y funcional.

9. ¿Cómo calificaría usted los procesos de planificación, organización, dirección y control realizados por la Peluquería Jordy?

Tabla 10-2: Calificación de los procesos organizacionales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	0	0%
Regular	0	0%
Buena	3	75%
Excelente	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

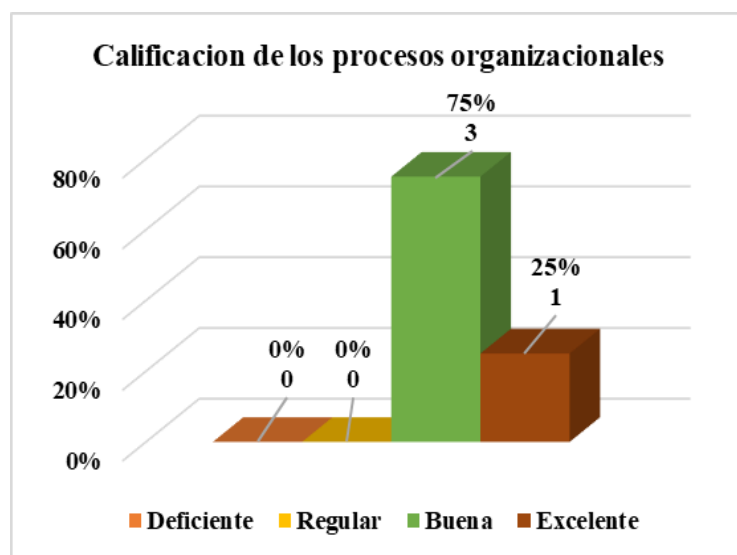


Gráfico 9-2: Calificación de los procesos organizacionales

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Según el gráfico el 75% de los empleados considera que los procesos organizacionales del negocio buenos y el 25% considera que son excelentes, por esta razón se debe implementar una estructura administrativa que pueda llevar los procesos administrativos de manera oportuna y correcta.

Una estructura administrativa permitirá que el negocio determine los procesos necesarios para llevar a cabo cada una de las gestiones del negocio al fin de cumplir con los objetivos y metas que se propongan.

10. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que originan problemas al realizar sus funciones?

Tabla 11-2: Aspectos que originan problemas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Falta de control de funciones	0	0%
Falta de una estructura organizacional	1	25%
Desconocimiento de los objetivos y metas empresariales	3	75%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

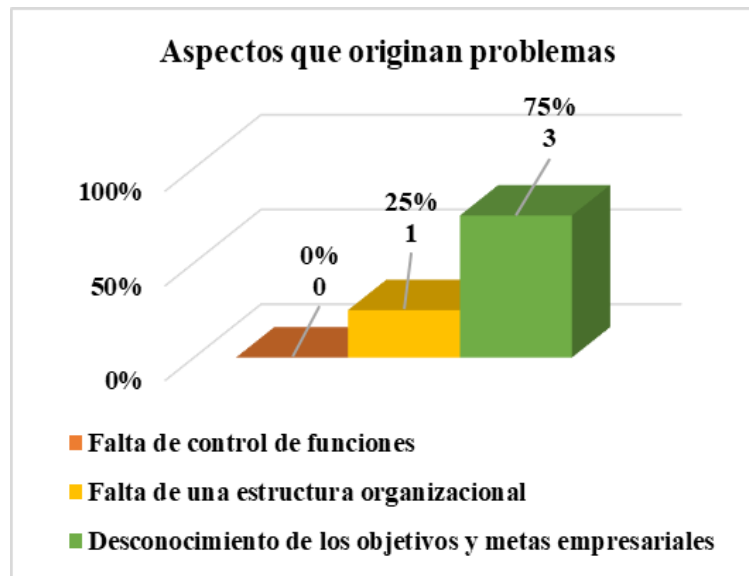


Gráfico 10-2: Aspectos que originan problemas

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en la gráfica el 75% de los empleados considera que la falta de control de las funciones puede generar conflictos, mientras que el 25% considera que la falta de una estructura organizacional podría ser la causante de problemas dentro del negocio. Es por ello necesario implementar procesos de control interno en la Peluquería Jordy, con los cuales se podrá identificar de mejor forma cuales son las causantes de las diversas problemáticas que surgen dentro del negocio.

11. ¿Conoce usted la misión, visión y valores de la Peluquería Jordy?

Tabla 12-2: Conocimiento de la Filosofía Empresarial

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

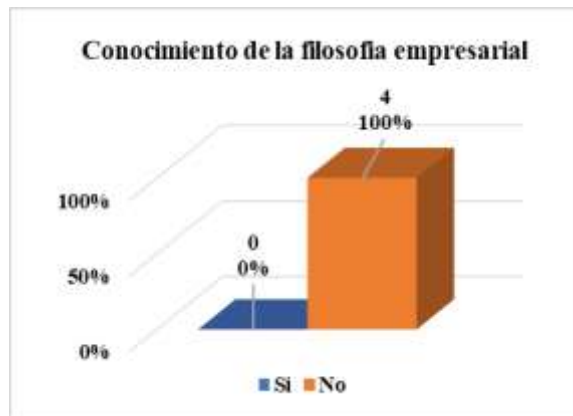


Gráfico 11-2: Conocimiento de la Filosofía Empresarial

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

Como se observa en el gráfico el 100% de los empleados no conocen la misión, visión, o valores empresariales de la Peluquería Jordy, debido a que no cuenta con ninguno de estos aspectos, siendo necesaria la creación de la filosofía empresarial para el negocio.

La filosofía empresarial permitirá que el negocio este orientado a perseguir un fin o propósito de ser y hacer dentro del mercado, permitiendo así generar una identidad como empresa, mayor competitividad y enfoques claros para su administración.

12. ¿Considera usted pertinente diseñar un modelo de gestión administrativo para la Peluquería Jordy?

Tabla 13-2: Diseñar un modelo de gestión para el negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

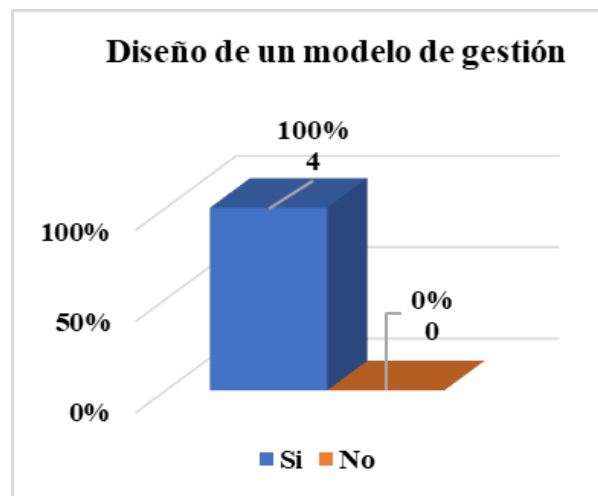


Gráfico 12-2: Diseñar un modelo de gestión para el negocio

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

De acuerdo con la gráfica el 100% del personal considera pertinente la creación de un modelo de gestión administrativo para la peluquería Jordy, considerando que será beneficioso para mejorar sus procesos administrativos implementando técnicas y sistemas que permitan mejorar el rendimiento del negocio, generando mayor rentabilidad.

13. ¿Cree usted que, de aplicarse un modelo de gestión administrativa, mejoraría la eficiencia en la administración y la calidad en la atención al cliente?

Tabla 14-2: Beneficiaria el Modelo de Gestión Administrativa

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta al personal de la peluquería Jordy.

Realizado por: Lema, J. 2021

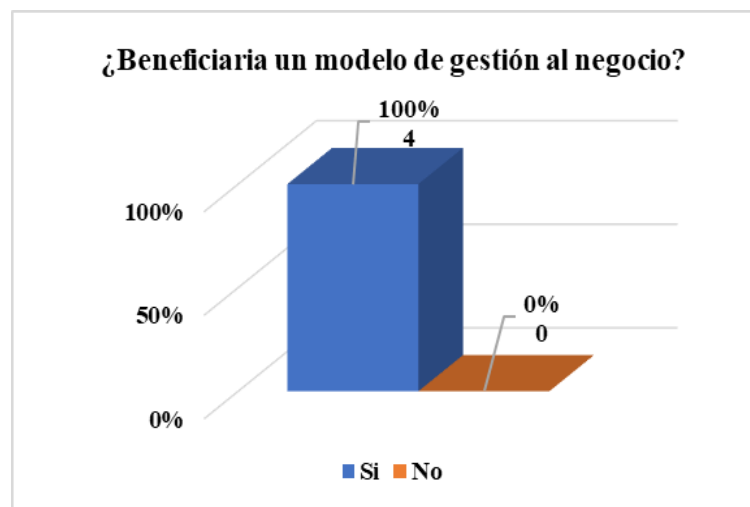


Gráfico 13-2: Beneficiaria el Modelo de Gestión Administrativa

Realizado por: Lema, J. 2021

Interpretación y análisis:

De acuerdo con el gráfico el 100% de los empleados considera que al implementarse un modelo de gestión administrativa mejoraría la calidad en la atención al cliente y sus procesos administrativos serían más eficientes lo que permite así un mejor manejo del negocio, generando mayor crecimiento en el mercado.

Entrevista dirigida al propietario de la peluquería “Jordy”

1. ¿A qué se dedica la empresa?

Como usted sabe, esta es una peluquería.

2. ¿Qué rol desempeña dentro de la empresa?

El rol que desempeño, soy el dueño obviamente de la Peluquería Jordy.

3. ¿Qué servicios ofrece su negocio?

Como usted ve, nos dedicamos a corte de caballero y niño, igual así mismo damos a veces servicio de cejas lo básico para mujeres.

4. ¿Tiene la empresa definida el organigrama estructural?

No, no tenemos, no contamos con eso.

5. ¿Cuenta con algún tipo de reglamento dentro de su negocio?

Digamos que reglamento escrito no, pero tenemos de acuerdo con el personal, hecho un acuerdo para en si una limpieza, ordenar las cosas aquí de la barbería.

6. ¿Podría describir la misión, visión, políticas y valores de la empresa?

O sea, nombrar eso no porque no cuento con eso, pero en si valores un buen trato a los clientes.

7. ¿Sus colaboradores conocen la misión, visión, objetivos y valores empresariales?

No.

8. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que ha identificado en su negocio?

En si las debilidades, seria del negocio que no ofrezco, ósea no ofrezco para mujer, ósea corte de damas o estilo para damas, pero nuestra fortaleza está enfocada en si para corte de cabello

para cabello y niño, en si la afeitada de la barba, igual para los niños, pero igual ofrecemos cejas para las damas, bueno en lo básico que ofrece la peluquería.

9. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que podría presentar su negocio?

He las oportunidades serian abrirme otra sucursal, ya que quizás esa facilidad de abrirme otro negocio no, pero quizá la amenaza sería el sector la inseguridad que existe aquí en la costa.

10. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones?

No.

11. ¿Cómo lleva usted la contabilidad de su negocio?

En sí, en lo personal yo llevo las cuentas de la contabilidad ósea en una libreta que uno se coje todos los días las cuentas y al final fin de semana que se le cancela al personal.

12. ¿Utiliza usted algún método para registrar y controlar su inventario?

He, bueno en si no tengo método, ósea, pero uno se compra los insumos dependiendo la semana como uno se gaste en el negocio.

13. ¿Se realizan estados financieros básicos en la empresa?

No, no, no realizo.

14. ¿Cómo planifica usted las actividades dentro de su negocio?

Digamos que planificamos porque ya estamos o ya tenemos hecho un acuerdo que cada compañero tiene que hacer una limpieza ordenar las cosas, eso está, no tenemos escrito, pero tenemos como un acuerdo.

15. ¿Qué actividades realiza usted para el control dentro de su negocio?

Digamos actividad uno para poder controlar el negocio uno como propietario llevo en cuenta la gilet y así una ayuda también por medio de las cámaras que tengo y en este negocio.

16. ¿Cuáles son sus indicadores para medir si alcanza los objetivos y metas de su negocio?

No tengo indicadores y me baso por las ganancias de mi negocio.

17. ¿Cómo elabora usted presupuestos para las funciones de su negocio?

El presupuesto para mi negocio elaboró, digámosle así lo pagó el local 500 dólares, he, pago 50 dólares en Internet, he, y en si compro mis insumos, que es gilet, talco, gel, papel, he, creo que eso más o menos está en unos 100 dólares, creo que como este negocio no tenemos fijo, pero más o menos está entre 800 dólares en adelante para asumir los gastos para este negocio.

18. ¿Cómo desarrolla el proceso de reclutamiento y selección del personal?

Bueno, como propietario, como dueño de esta barbería, cuando uno se necesita un personal nuevo, digámoslo así, porque siempre tiene que pasar por una prueba, la prueba consta que darle un modelo o puede ser el mismo cliente, hacerle sentar y que me demuestra la habilidad y de lo que estamos nosotros enfocados en corte de caballero o niño, entonces eso sería el proceso de un personal que vaya a trabajar aquí.

19. ¿Se realiza un proceso de capacitación para sus colaboradores?

Capacitación digamos que en si no lo he hecho, pero si realizamos charlas o una conversación entre compañeros que me incluyo ahí para dar una mejor atención a nuestros clientes.

20. ¿Cuáles son las competencias y capacidades que ha generado usted para su equipo de trabajo?

Bueno como yo soy maestro artesano y soy obviamente el dueño del local, obviamente pero cuando un compañero necesita una ayuda obviamente uno está dispuesto ayudar para que sea un corte mejor y así vaya el cliente satisfecho del negocio.

21. ¿Cuál es la forma en la que los colaboradores aportan con ideas al negocio?

Digamos en si los trabajadores no aportan con sus ideas, he, el negocio depende de uno porque uno lo hace decorar a la manera de uno.

22. ¿Se evalúa el desempeño del personal?

Ósea si evaluó, ósea veo como se desenvuelven los compañeros para así depender de eso el negocio que siga adelante para que obviamente y se despeje igualmente el cliente.

23. ¿Cómo es el proceso de toma de decisiones para resolver problemáticas dentro de su negocio?

Las decisiones como propietario las tomo yo, dependiendo de eso no se puede haber algún problema que puede existir cliente con el peluquero o a veces entre compañeros y eso yo soluciono el problema dependiendo el caso que sea.

24. ¿Qué estrategias se utiliza para captar más clientes?

Digamos estrategias seria lo que uno da ósea la mejor atención no, poner una buena música, prender la tele, también el aire y aparte en si como usted ve aquí la costa ayudamos que el ambiente sea fresco, para que los clientes se sientan cómodos aquí, serian esas nuestras estrategias y quizá más adelante incluir otras cosas, otras ideas.

25. ¿Cuáles son las características por las cuales su servicio es valorado por sus clientes?

Creo que esta, como quien dice en la zona voy en si ocho años, en los ocho años creo que nos caracterizamos por dar nuestro buen servicio creo que eso es lo primordial, que, gracias a Dios, estamos aquí en este punto.

26. ¿Cuán intensa es la competencia en su sector y cuáles son las características de sus principales competidores?

En si aquí la competencia es bien grande, he, alrededor de mi negocio creo que hay más de diez barberías o diez peluquerías, pero en si nosotros nos caracterizamos quizá por la economía o por el precio que cobramos a los clientes que el valor es de dos con cincuenta que comparado con otro lugar quizás será cuatro o cinco dólares y así nos caracterizamos también por dar un buen servicio y creo que eso es lo primordial en este negocio.

27. ¿Existe algún proceso de retroalimentación para evaluar los resultados de las decisiones tomadas?

En sí, si lo llevamos el registro la retroalimentación de las cuentas anotando así los, ósea como la cantidad de todos los días que llevamos en el transcurso de la semana, lo anotamos y a veces si lo comparo con la semana pasada o el mes, ahí está todas las cuentas anotadas obviamente.

28. ¿A través de qué medios publicitarios da a conocer su negocio?

Digamos que si por el letrero de afuera, como usted ve afuera el letrero e igual así mismo dando nuestro buen servicio y como nuestra fortaleza es el corte de caballero, haciendo buenos cortes.

29. ¿Considera usted que la inversión realizada responde a la rentabilidad que tiene el negocio?

Gracias a Dios este negocio como le decía a un inicio estamos ocho años aquí, gracias a este negocio hemos tenido bienes, me dan ganancias, y aumentado personal y quizás más adelante quisiera aumentar implementar más cosas aquí, seguir para adelante.

Interpretación y análisis

De acuerdo con las respuestas proporcionadas por parte del propietario de la Peluquería Jordy se realizó el siguiente análisis:

Tabla 15-2: Interpretación de la entrevista al gerente Peluquería Jordy

Ámbito	Carencia
Servicios ofertados	Ofrece únicamente servicios de corte con estilo para caballero y niño, barba y ceja, pero no ofrece servicios para la mujer.
Organigrama estructural	No cuenta con un organigrama estructural, ni manual de funciones y tampoco un reglamento, todo se lleva de manera empírica a través de un acuerdo que el propietario realiza con sus trabajadores.
Filosofía empresarial	No cuenta con una filosofía empresarial, por lo cual no se han establecido ni definido metas en concreto.

Procesos organizacionales	No tienen bien definidos sus procesos de planificación, organización, dirección y control de sus actividades.
Control Interno	Realizan evaluaciones en ocasiones, no tienen un proceso a seguir, y se limitan al control por medio de la observación, las libretas donde apuntan sus ganancias del día, y las cámaras de seguridad implementadas en el negocio.
Calidad del servicio	Según lo expuesto por el propietario brindan un buen servicio al cliente, un ambiente fresco considerando que se encuentran en la Costa ecuatoriana, y buenos precios, sin embargo, no cuentan con un registro de sus clientes fijos, no ofrecen variedad de servicios y existe una gran inseguridad en el sector.
Competencia	Tienen una gran competencia de peluquerías que, si ofrecen servicio para mujeres, pero estos centros cuentan con precios más altos.
Contabilidad	No cuentan con un sistema contable, solo llevan sus registros en libretas y realizan sus cálculos con operaciones básicas.
Personal	El personal no es capacitado frecuentemente, rara vez se le realiza una evaluación y su proceso de reclutamiento es básico.
Rentabilidad	El negocio ha crecido en los ocho años de su funcionamiento, pero no se ha expandido por lo que requiere de mejores estrategias para su desarrollo.
Publicidad	No cuentan con un plan de publicidad, se limitan a darse a conocer por unos letreros ubicados en la esquina del negocio y la recomendación de sus clientes.
Retroalimentación	Rara vez realizan un proceso de retroalimentación, por lo cual surge el desconocimiento de cómo se encuentran fluctuando sus ganancias.

Fuente: Entrevista realizada al propietario de la peluquería Jordy

Realizado por: Lema, J. 2021

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

3.1 Título de la Propuesta

Modelo de Gestiona Administrativa para a Peluquería “Jordy” de la provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

3.2 Objetivo de la Propuesta

Diseñar un modelo de Gestión Administrativo para la Peluquería Jordy que mejore los procesos administrativos y aspectos competitivos del negocio en el mercado.

3.3 Antecedentes de la organización

Peluquería Jordy se encuentra ubicada en la Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, el negocio se dedica actualmente al corte de cabello para caballeros y niños, además otros servicios como corte de barba y ceja, cuenta con 5 empleados de los cuales 4 son barberos incluido el propietario del negocio el Sr. Bayardo Chicaiza y una persona que labora en el área de administración, llevan 8 años en el mercado local.

El negocio inicio sus actividades el 4 de febrero de 2014 pero fue hasta el 25 de junio del 2014 que se constituyó legalmente, fundada por su propietario el Sr. Bayardo Chicaiza Maestro Artesano de profesión, llegando a ser un de las peluquerías reconocidas dentro del sector Febres Cordero de Guayaquil.

3.4 Propuesta

La presente propuesta está basada en el Modelo Deming el cual tiene como objetivo maximizar los resultados del negocio a partir de mejorar los procesos del servicio, satisfaciendo las necesidades de los clientes. El modelo contiene varios criterios que pondrán en marcha a partir de la información brindada por el propietario del negocio y las encuestas realizadas al personal de la peluquería en donde se dio a conocer la situación actual de la empresa tanto de forma interna como externa, mediante esta información se realizará un análisis DAFO en donde se podrán explicar los aspectos que puedan ser explotados y aprovechados por la empresa para generar estrategias que aumenten la calidad del servicio. Realizado el análisis de resultados se

establecerán políticas empresariales que permitirán estandarizar los actividades a seguir, para la organización del negocio se determinará un organigrama estructural en donde se encontrará la jerarquía a seguir, también un aspecto importante es el talento humano por ello se creará un plan de capacitación para el personal, para la promoción del negocio se creara un plan de publicidad y un plan de descuentos, a la par se establecerán medidas de control por medio de indicadores de gestión, y la implementación de un sistema contable, todas estas acciones en conjunto con una filosofía empresarial que conste de misión, visión y valores empresariales, se podrá obtener buenos y poder realizar planes a futuro con miras a un mayor crecimiento.

3.4.1 Etapa de Planificación

3.4.1.1 Nombre de la empresa

Peluquería “Jordy”

3.4.1.2 Logotipo



Figura 1-3: Logotipo Peluquería Jordy

Fuente: Diseño modelo de gestión administrativo para la Peluquería Jordy

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.1.3 Ámbito legal

Los organismos que rigen a la Peluquería Jordy son:

- SRI: Servicio de Rentas Internas
- Municipalidad de Guayaquil
- Junta de Artesanos de Guayaquil
- Cuerpo de bomberos de la Municipalidad de Guayaquil

3.4.1.4 Misión

La misión vendrá dada de la conceptualización de la enciclopedia económica, respondiendo las siguientes preguntas:

Tabla 1-3: Misión

¿Qué?	Ofrecer servicios de peluquería y barbería
¿Cómo?	Estilos en tendencia
¿Con cuáles criterios?	En calidad y bajos precios
¿Para qué?	Para satisfacer al cliente
¿Con qué?	Gracias a la integración de personas capacitadas en peluquería y barbería

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J, 2022

Misión propuesta

Ofrecer servicios de peluquería y barbería en tendencia para damas y caballeros, con calidad y bajos precios, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes brindando la mejor atención de nuestros profesionales en belleza.

3.4.1.5 Visión

La visión se realizó a partir de lo estipulado por la enciclopedia económica donde hace referencia los logros alcanzar en el largo plazo, a continuación, se reponen las siguientes preguntas:

- ¿Qué metas desea alcanzar?
Posicionarse en el mercado de la belleza a nivel nacional
- ¿Qué estrategias desea implementar?
Mejorar los procesos para brindar el servicio y contribuir al cuidado del medio ambiente.
- ¿Qué expectativas y necesidades podría satisfacer?
Satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a su cuidado personal y su imagen.
- ¿Qué tipo de personal necesitará para cumplir sus expectativas?
Personal comprometido y calificado en área de la belleza masculina.

Visión propuesta

Nuestra visión ser una empresa consolidada y con reconocimiento nacional para el 2026, incorporando ideas innovadoras que mejorarán constantemente nuestros servicios, manteniéndonos actualizados con las últimas tendencias en peluquería y barbería, para satisfacer

las necesidades de nuestros clientes en cuanto a su cuidado personal e imagen, con un personal comprometido y calificado en el área de belleza.

3.4.1.6 Políticas

Políticas generales

- Optimizar los recursos dados por la peluquería al personal.
- Brindar un servicio de calidad y a tiempo a los clientes de la peluquería.
- Mantener la fidelidad de los clientes ofreciendo un servicio de calidad.
- Mantener un buen ambiente laboral entre todos los que conforman el personal de la peluquería.
- Realizar acciones que ayuden al cuidado del medio ambiente con los desechos provenientes de la barbería.
- Prohibido fumar, ingerir bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes dentro del negocio.

Políticas de servicio

- Uso adecuado del mobiliario, las máquinas de cortar cabello, los insumos, herramientas e instrumentos de la peluquería.
- Desinfectar los instrumentos y máquina de cortar cabello después del uso en cada cliente, además usar una nueva cuchilla (gilet) para cada cliente.
- Desechar en los contenedores especiales de la peluquería todos los insumos que sean de un solo uso personal.
- Desechar las cuchillas en el contenedor destinado para desechos infecciosos.
- El tiempo de atención a los clientes vendrá dado entre 15 a 25 minutos.
- La apertura del local será de 9:00 am y cierre 21:00 pm, por la persona designada en el horario de apertura.
- La limpieza del local se realizará todos los días después del cierre del local, intervienen las personas designadas por el propietario para esta función.
- A cada barbero se le entregará el uniforme y capas de peluquería, siendo cada uno responsable de su cuidado y limpieza.
- Cada barbero debe contar con su propia máquina de cortar cabello y es el encargado de mantenerlo en óptimas condiciones para el trabajo.
- Los insumos proporcionados vendrán medidos para la cantidad de clientes en el día que serán atendidos, estos vendrán dado según conveniencia del propietario.

Políticas de cobro

- El cobro del servicio será en efectivo, no se aceptan pagos con tarjetas o cualquier otro medio de pago.
- Los precios de los cortes de cabello, barba, ceja, manicure y pedicure son fijos y no podrán ser modificados o alterados a los ya determinados por la peluquería.
- Los adelantos son cobrados de forma semanal del 50% del total de las ganancias que le corresponden al empleado/a.
- El servicio de internet es cobrado a todo el personal de la peluquería, según el número de empleados vendrá dado el porcentaje correspondiente a pagar.

Políticas de pago

- El pago vendrá dado el 50% del total de las ganancias sin descuentos para la peluquería y con descuentos para el empleado/a.
- Los descuentos se realizan al 50% del total de las ganancias del empleado/a, según sea el caso.
- El pago al personal se realizará de forma semanal los sábados.

3.4.1.7 Objetivos empresariales

- ✓ Mejorar la administración del negocio.
- ✓ Implementar un sistema contable.
- ✓ Lograr un buen ambiente laboral.
- ✓ Brindar un servicio de calidad.
- ✓ Contar con el personal calificado en peluquería y barbería.
- ✓ Mantenerse constantemente actualizado en cortes de tendencia.
- ✓ Optimizar los recursos del negocio.
- ✓ Apertura de nuevos locales comerciales
- ✓ Innovar y diversificar los servicios ofertados por el negocio

3.4.1.8 Valores empresariales

Para alcanzar los objetivos propuestos se plantean los siguientes valores, los cuales ayudaran a mejorar los procesos dentro de la empresa:

Compromiso: la empresa estará comprometida en brindar un buen servicio de calidad, bajo normas sanitarias para satisfacer las necesidades de los clientes.

Responsabilidad: tratar de manera oportuna a nuestros clientes, mantener todos los instrumentos e insumos necesarios para cumplir con nuestra labor, respondiendo a las dudas de nuestros clientes.

Respeto: mantener un trato cordial y adecuado tanto en acción como en palabra frente a los clientes y personal del establecimiento.

Eficiencia: aplicar las habilidades, conocimiento y destrezas del personal para potencializar los recursos que brinda la peluquería.

Trabajo en equipo: el personal se desempeñará en un ambiente laboral saludable, en el cual todos aportaran con ideas al negocio, así mismo ayudarse entre sí, para brindar un buen servicio.

Confianza: los clientes podrán sentirse en un ambiente cómodo, en el cual puedan sentirse en confianza y con seguridad que el servicio prestado y las condiciones del establecimiento serán las mejores.

Excelencia: el servicio ofertado por la peluquería se mantendrá en constante actualización debido a las modas y tendencias que surgen, de esta forma garantizaremos la excelencia del servicio y la calidad de este.

3.4.1.9 Análisis Interno

Tabla 2-3: Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades)

Áreas	Comportamiento
Administración	<ul style="list-style-type: none"> - La peluquería Jordy no cuenta con una estructura administrativa. - No cuentan con estrategias para el desarrollo del negocio. - No cuentan con un sistema contable. - No realizan procesos de retroalimentación para medir el alcance de metas.
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con dos locales de arriendo donde pueden realizar sus actividades
Herramientas e Insumos	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentan con las herramientas necesarias para cada labor - No cuentan con un inventario de los bienes de la empresa. - No registran los costos de insumos.
Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> - Personal con experiencia en barbería y peluquería, además profesionales en belleza - No existe algún programa de capacitación. - No cuentan con un manual de funciones. - Su proceso de reclutamiento se basa en sus años de experiencia. - No se realizan controles o evaluaciones de desempeño frecuentes.
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - No se optimizan los recursos puesto que los insumos son utilizados a convenir del personal. - El personal cuenta con 3 o más años de experiencia en peluquería y barbería. - No existe un registro minucioso de sus actividades diarias. - Las actividades de limpieza, apertura y cierre de local se estableció por mutuo acuerdo con el propietario. - Brindan un servicio de calidad y a cómodos precios. - Considerando que se encuentra en la región Costa, se mantiene un ambiente fresco dentro del local. - No cuenta con un registro de clientes fijos. - No ofrecen servicios destinados a las mujeres únicamente ceja.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de publicidad.

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2021

3.4.1.10 Análisis Externo

Tabla 3-3: Análisis Externo (Oportunidades y Amenazas)

Áreas	Comportamiento
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Según un estudio del BCE los sectores industriales, comercial, de construcción y de servicios verán un aumento en su producción y contratación de personal. - El nivel de confianza del consumidor, confianza empresarial y recaudación efectiva muestran una mejora positiva en comparación a las cifras de antes y después de la pandemia. - Aumento del salario mínimo a 425 dólares para el año 2022.
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> - Para el 2022 el FMI pronostica un crecimiento en la economía del Ecuador en un 1,3% después de la caída mundial de la economía a causa de la pandemia por el COVID 19. - El precio del petróleo aumentará a 100 dólares el barril de crudo, lo que afecta positivamente a la balanza comercial. - Los niveles de gastos del estado han sido históricamente elevados aumentando la deuda externa.
Políticos	<ul style="list-style-type: none"> - Aprobación de la Ley de Reforma Tributaria no afectara en gran medida el comercio en el Ecuador. - Nuevas modalidades de jornada laboral.
Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> - El aspecto ambiental fue muy importante para el 2021 pues está posicionándose en una oportunidad de transición en lo empresarial y político a cero netos. - Se espera importantes inversiones para financiar proyectos ambientales.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> - En la actualidad se ha vuelto tendencia los servicios a domicilio por medio del uso de aplicaciones, agendas virtuales entre otros avances. - Los medios publicitarios en tendencia son las redes sociales.

Fuente: (Villarreal 2021)

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.1.11 Matriz FODA

La presente matriz presenta las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que se encontraron dentro de la Peluquería Jordy.

Tabla 4-3: FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Personal con tres o más años de experiencia. - Buena atención al cliente y calidad del servicio. - Ubicación de los locales comerciales en una avenida principal y de un sector poblado, con cercanía a locales donde se compra los insumos. - Infraestructura adecuada para atender a los clientes. - Mobiliario, herramientas, e insumos necesarios y adecuados para el servicio ofertado. - Buena imagen que proyecta el negocio con ocho años de trayectoria. - Oferta de Cortes y estilos que se encuentren en tendencia. - Demanda estable. - Cuenta con un sistema de cámaras de seguridad, para proyectar confianza en los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios ofertados solo para hombres. - Faltade una estructura administrativa. - Falta de promoción y publicidad - Falta de un sistema contable. - No se realizan procesos de retroalimentación para medir el alcance de metas. - No se realizan evaluaciones de desempeño del personal. - No se realiza capacitaciones al personal.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Apertura de nuevos locales - Innovación tecnológica. - Acceder a créditos para mejorar e innovar aspectos del negocio o para su expansión. - Impulsar al negocio por medio de publicidad. - Mejora continua del servicio. - Aprovechar la amplia oferta de cursos de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad del sector. - Alta competencia. - Aumento en los costos de los insumos para peluquería. - Aumento de la pandemia por COVID 19. - Nuevas leyes para los artesanos. - Crisis económica del país.

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.1.12 Matriz de evaluación de factores Internos y Externos

La matriz de evaluación de factores internos y externos permite determinar y evaluar la información de los aspectos que influyen en la empresa y cuál es el grado de importancia con los que cuenta cada uno, para su desarrollo constan los siguientes pasos:

1. Elaborar las matrices donde se encuentre los factores internos y externos de la empresa.
2. Añadir una columna donde se colocará valores de entre 0 a 1 según el grado de importancia de cada factor.
3. Añadir una columna de calificación de cada factor siendo:
 - 1= Mayor debilidad, Mayor amenaza
 - 2= Menor debilidad, Menor amenaza
 - 3= Menor fuerza, Menor oportunidad
 - 4= Mayor fuerza, Mayor oportunidad
4. Añadir una columna de ponderación de los valores por el peso y la calificación.

Cabe destacar que las matrices fueron realizadas en conjunto con el propietario del negocio, la persona encargada de la administración y mi criterio personal después de realizar los estudios y análisis del negocio, en las matrices se colocaron pesos y calificaciones por cada participante, finalmente se realizó una matriz consolidada de las respuestas.

Tabla 5-3: Matriz EFI

Factor	Peso	Calificación	Ponderación
Fortalezas			
Personal con tres o más años de experiencia.	0,08	4,00	0,32
Buena atención al cliente y calidad del servicio.	0,08	4,00	0,32
Ubicación de los locales comerciales en una avenida principal y de un sector poblado, con cercanía a locales donde se compra los insumos.	0,07	4,00	0,28
Infraestructura adecuada para atender a los clientes.	0,07	3,00	0,21
Mobiliario, herramientas, e insumos necesarios y adecuados para el servicio ofertado.	0,07	4,00	0,28
Buena imagen que proyecta el negocio con ocho años de trayectoria.	0,07	4,00	0,28
Oferta de cortes y estilos que se encuentren en tendencia.	0,06	4,00	0,24
Demanda estable.	0,06	4,00	0,24

Cuenta con un sistema de cámaras de seguridad, para proyectar confianza en los clientes.	0,07	3,00	0,21
	0,63	34,00	2,38
Debilidades			
Los servicios ofertados solo para hombres.	0,04	2,00	0,08
Falta de una estructura administrativa.	0,07	1,00	0,07
Falta de promoción y publicidad.	0,06	1,00	0,06
Falta de un sistema contable.	0,04	1,00	0,04
No se realizan procesos de retroalimentación para medir el alcance de metas.	0,03	2,00	0,06
No se realizan evaluaciones de desempeño del personal.	0,04	1,00	0,04
No se realiza capacitaciones al personal.	0,05	1,00	0,05
	0,37	9,00	0,40
Total	1,00	43,00	2,78

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Como se puede observar el resultado arrojado por la matriz EFI indica que las fortalezas de 2,38 puntos son superiores a las debilidades de 0,40 puntos , es decir la empresa cuenta con buenas herramientas que le permiten hacer frente a sus debilidades como negocio, y es por ello que las estrategias a definir deben ir orientadas a maximizar el potencial de las fortalezas ya existentes, generando así mayor eficiencia de los recursos del negocio a partir de una mejora continua de sus servicios y de su administración.

Tabla 6-3: Matriz EFE

Factor	Peso	Calificación	Ponderación
Oportunidades			
Apertura de nuevos locales.	0,06	3,00	0,18
Innovación tecnológica.	0,12	4,00	0,48
Acceder a créditos para mejorar e innovar aspectos del negocio o para su expansión.	0,06	3,00	0,18
Impulsar al negocio por medio de publicidad.	0,13	4,00	0,52
Mejora continua del servicio.	0,13	4,00	0,52
Aprovechar la amplia oferta de cursos de capacitación.	0,08	4,00	0,32
	0,58	22,00	2,20
Amenazas			
Inseguridad del sector.	0,06	2,00	0,12
Alta competencia.	0,09	1,00	0,09
Aumento en los costos de los insumos para peluquería.	0,05	2,00	0,10
Aumento de la pandemia por COVID 19.	0,09	1,00	0,09
Nuevas leyes para los artesanos.	0,07	2,00	0,14
Crisis económica del país.	0,06	1,00	0,06
	0,42	9,00	0,60
Total	1,00	31,00	2,80

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

De acuerdo con los resultados arrojados por la Matriz EFE se obtiene que las oportunidades de 2,20 puntos son superiores a las amenazas de 0,60 puntos, es decir el negocio tiene amplias oportunidades de crecimiento y sus estrategias deben ir orientadas en aprovechar estas oportunidades para alcanzar un mayor crecimiento, reducir los índices de riesgo que puedan afectar a la empresa y aumentar la calidad del servicio ofertado.

3.4.1.13 MATRIZ DAFO

Tabla 7-3: Matriz DAFO

<p>Matriz DAFO</p>	<p>FORTALEZAS F1. Personal con tres o más años de experiencia. F2. Buena atención al cliente y calidad del servicio. F3. Ubicación de los locales comerciales en una avenida principal y de un sector poblado, con cercanía a locales donde se compra los insumos. F4. Mobiliario, herramientas, e insumos necesarios y adecuados para el servicio ofertado. F5. Buena imagen que proyecta el negocio con ocho años de trayectoria. F6. Oferta de cortes y estilos que se encuentren en tendencia. F7. Demanda estable.</p>	<p>DEBILIDADES D1. Falta de una estructura administrativa. D2. Falta de promoción y marketing. D3. Falta de un sistema contable. D4. No se realizan evaluaciones de desempeño del personal. D5. No se realiza capacitaciones al personal.</p>
<p>OPORTUNIDADES O1. Innovación tecnológica. O2. Impulsar al negocio por medio de publicidad. O3. Mejora continua del servicio O4. Aprovechar la amplia oferta de cursos de capacitación.</p>	<p>ESTRATEGIAS FO F2-O3: Mejorar continuamente la atención al cliente, y calidad del servicio, para posicionarse en el mercado.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO D2-O2: Implementar un plan de publicidad y promoción para el negocio. D3-O1: Implementar un sistema contable para mejorar el registro de sus actividades y bienes. D5-O4: Establecer un plan de capacitación para el personal de la peluquería. D4-O3: Manual de funciones para el personal de la peluquería</p>
<p>AMENAZAS A1. Alta competencia. A2. Aumento de la pandemia por COVID 19. A3. Crisis económica del país.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA F7-A1: Establecer promociones y descuentos debido a la demanda con la que cuenta el negocio. F4-A2: Mantener el distanciamiento social, proveer de alcohol a los clientes y de mascarillas para el personal.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA D5-A1: Establecer políticas de control interno que permitan evaluar el desempeño del personal y del servicio. D1-A3: Desarrollar un modelo de gestión administrativo que permita mejorar el desempeño del negocio.</p>

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.1.14 Plan de Capacitación

A continuación, se presenta el plan de capacitación para el personal de la peluquería Jordy, que se llevara a cabo con el fin de mejorar el desempeño del talento humano, y la calidad del servicio.

Tabla 8-3: Cronograma Plan de Capacitación

Actividades	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.
Socialización con el personal								
Contactar a los capacitadores								
Organización del cronograma de actividades								
Curso de Barbería								
Curso Servicio al cliente								
Curso el Negocio de la Barbería								

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

El curso de Barbería tiene una duración de 5 meses y se realizará semanalmente los domingos en horarios de 8am a 12pm, de manera presencial en las instalaciones de la escuela de Técnicas Colombianas para la Belleza Pauline y está dirigido para los barberos, además el curso de atención al cliente será de manera virtual en las instalaciones de la peluquería., y está dirigido a los barberos y la secretaria, y el curso del negocio de la Barbería estará dirigido al propietario del negocio y se tomará de manera virtual. El mes de diciembre no se realizará ninguna actividad de capacitación puesto que es el mes con mayor demanda de la peluquería.

Presupuesto

El presupuesto para el plan de capacitación del negocio vendrá dado a partir de los valores de los cursos mencionados:

Tabla 9-3: Presupuesto plan de capacitación

Actividades	Fechas	Duración	Valor	Capacitador	N ° personas	Total
Curso de Barbería	May-Sept/2022	80 horas	\$500,00	Técnicas Colombianas para la Belleza Pauline	3	\$1500,00

Curso Servicio al cliente	May/2022	4 horas	\$35,00	Perfil Comercial	4	\$105,00
Curso el Negocio de la Barbería	May/2022	26 lecciones	\$49,99	MasterClasses.La®	1	\$49,99
Total						\$1654,99

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.1.15 Plan de Publicidad

Un plan de publicidad para la Peluquería Jordy permitirá dar a conocer los servicios ofertados a los potenciales consumidores, aumentando la demanda del negocio, a través de la difusión de la marca por distintos medios publicitarios los cuales serán:

Tabla 10-3: Presupuesto plan publicitario

Medios Publicitarios	
Medio	Precio
Redes Sociales y Pagina web	\$2000 (8 meses)
Pancarta	\$200,00
Total	\$2200,00

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Tabla 11-3: Cronograma Plan de Publicidad

Actividades	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Socializar con el personal de secretaria.									
Búsqueda de profesionales en Community Manager									
Diseñar el estilo de tarjetas de presentación y pancartas									
Búsqueda y contrato de un proveedor de pancartas									
Contratar el servicio de Community Manager para redes sociales y pagina web									

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

La empresa adquirirá los servicios de un Community Manager por ocho meses a fin de impulsar el negocio por redes sociales debido a que se encuentran en tendencia y se constituye actualmente en la principal fuente de promoción y publicidad.

3.4.1.16 Plan de Descuentos

Tabla 12-3: Plan de Descuentos

Servicio	Precio	Motivo	Descuento	Total
Corte de cabello para hombre.	Desde \$3,00	Mes de abril por periodo académico región costa y mes de diciembre por época navideña.	17%	Desde \$2,50
Diseño de Ceja y Barba	\$3,00	Por época navideña	17%	\$2,50
Diseño de Barba y corte de cabello.	\$5,00	Por época navideña	20%	\$4,00
Diseño de Barba, corte de cabello y ceja.	Desde \$6,00	Descuento por el mes del padre todo junio.	17%	Desde \$5,00
Corte de cabello Para hombre	Desde \$3,00	Descuento por fiestas de Guayaquil todo el mes de octubre	17%	Desde \$2,50

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Tabla 13-3: Cronograma Plan de Descuentos

Actividades	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Socializar con el personal de la peluquería.										
Aplicar descuento por inicio periodo Académico, región Costa.										
Aplicar descuento por el mes del padre.										
Aplicar descuento por fiestas de Guayaquil.										
Aplicar descuento por época Navideña.										

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Sistema contable

Se realizará la adquisición de un sistema contable llamado CONTÍFICO uno de los más adquiridos por las empresas en el Ecuador, el Plan Plus ofrece la creación de categorías y productos, activos fijos, manejo de inventarios y proformas, guía de remisión, módulo de variantes, API Key 1, Manejo de bodega, Nomina de 15 personas y 30 reportes financieros contables y comerciales, además todos su planes incluyen facturación electrónica ilimitada, soporte ilimitado, bandeja electrónica, cuentas por cobrar y pagar, módulos de bancos y conciliaciones bancarias, reportes de gestión, reportes tributarios, centro de costos, manejo desde la App Contífico, y reportes actualizados con el SRI. El mismo tendrá un costo mensual de \$40 dólares más Iva. Anualmente tendría un costo de \$537,60 dólares.



Figura 2-3: Sistema Contífico

Fuente: Contífico. 2022

3.4.1.17 Presupuesto General

Tabla 14-3: Presupuesto General

Descripción	Total
Plan Capacitación	\$ 1654,99
Plan Publicidad	\$ 2200,00
Sistema Contable	\$ 537,60
Total	\$ 4392,59

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Financiamiento

El costo total de los cursos de capacitación, plan de publicidad y la adquisición del sistema contable serán destinados de los fondos propios de la Peluquería “Jordy”.

3.4.2 Organización

3.4.2.1 Organigrama estructural

El organigrama estructural permitirá que las diferentes áreas de trabajo de la Peluquería Jordy puedan ser coordinadas en forma jerárquica de acuerdo con el nivel de complejidad de sus funciones, para ello se presenta el siguiente modelo de organigrama estructural:

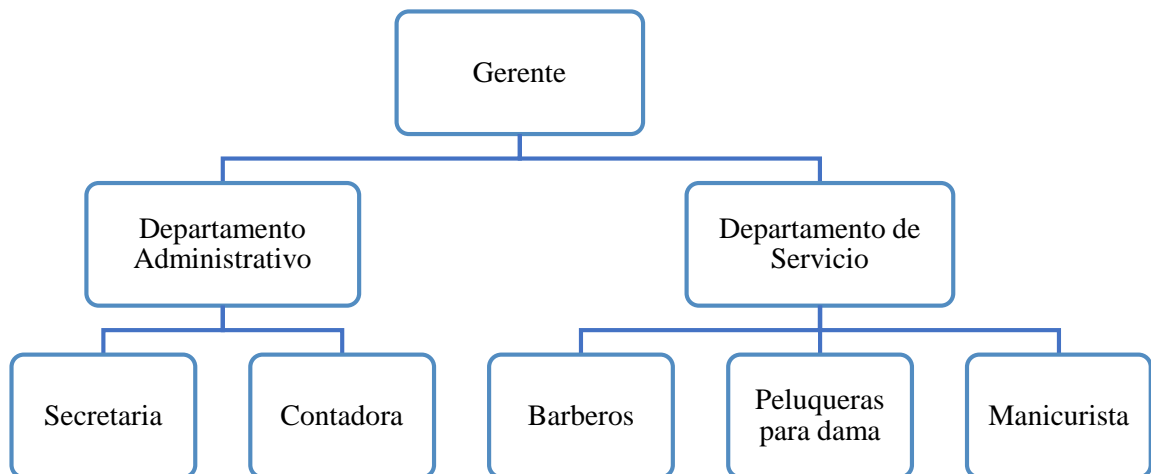


Figura 3-3: Organigrama Estructural Peluquería Jordy


Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.2.2 Manual de funciones

Los manuales de funciones presentes nos indicaran cuales son las actividades que cada puesto de trabajo deberá realizar en cada uno de los departamentos establecidos para la peluquería Jordy, a continuación, se muestran las funciones de cada integrante:

Tabla 15-3: Manual de Funciones Gerente

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY</p>	<p>CREACIÓN: 17/01/2022</p>
		<p>REVISIÓN: 06/02/2022</p>
<p>CARGO</p>	<p>Gerente General</p>	
<p>ÁREA O DEPARTAMENTO</p>	<p>Gerencia</p>	
<p>Objetivo: Ejecutar los procesos administrativos del negocio para una adecuada toma de decisiones.</p>		
<p>Formación académica: Profesional en administración de empresas o carreras afines.</p>		
<p>Experiencia laboral: 2 años de experiencia en administración de peluquerías.</p>		
<p align="center">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar y gestionar planes para el crecimiento de la peluquería, así como también del presupuesto general. • Supervisar las operaciones diarias de la peluquería. • Contratar y formar barberos, peluqueras y manicuristas cuando sea necesario. • Organizar a los empleados para horarios de salida, entrada, y limpieza. • Concertar los servicios de mantenimiento periódicos de los equipos. • Garantizar que todos los servicios cumplan con las normas de alta calidad. • Aplicar buenas prácticas de higiene en todos los tocadores de la peluquería. • Llevar los registros del personal, que incluyan los horarios laborables y los sueldos. • Llevar los registros actualizados de los ingresos y egresos de la peluquería de forma semanal, mensual y anual. • Determinar estrategias para los tipos de descuento y promociones. • Determinar estrategias para captación de nuevos clientes. • Organizar y dirigir reuniones del equipo de trabajo que se realicen semanalmente para la evaluación de desempeño. • Mantener un clima de trabajo armónico y buenas relaciones con los clientes. • Responsable de las compras de mobiliario, herramientas, y equipo y todos los insumos a ser utilizados por el equipo de trabajo. 		
<p>Elaborado por: Joselin Lema</p>	<p>Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla</p>	

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022


Tabla 16-3: Manual de funciones Contador

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY</p>	<p>CREACIÓN: 17/01/2022</p>
		<p>REVISIÓN: 06/02/2022</p>
CARGO	Contador	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Administrativo	
<p>Objetivo: Proporcionar la información financiera y contable de la peluquería a gerencia aplicando los principios de contabilidad y NIIF.</p>		
<p>Formación académica: Profesional en Contabilidad</p>		
<p>Experiencia laboral: 2 años de experiencia en empresas de servicio.</p>		
<p align="center">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar las revisiones semanales, mensuales y anuales de la información contables. • Revisas los avalúos y costos de los activos de la peluquería y controlar su depreciación. • Mantener respaldos que sustenten la contabilidad. • Modificar el catálogo de cuentas según sean necesarios. • Proponer y revisar presupuestos anuales. • Declaraciones periódicas según corresponda al SRI. • Elaborar ajustes contables. • Manejo de retenciones del impuesto a la renta e IVA. • Elaboración de roles de pago semanales. 		
<p>Elaborado por: Joselin Lema</p>		<p>Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla</p>

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022


Tabla 17-3: Manual de Funciones secretaria

	MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY	CREACIÓN: 17/01/2022
		REVISIÓN: 06/02/2022
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Secretaria	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Administrativo	
Objetivo: Ser un apoyo para el área de gerencia y administrativa de la peluquería.		
Formación académica: Profesional en secretariado		
Experiencia laboral: 2 años de experiencia		
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar y recibir llamadas de clientes para agendar citas • Organizar citas para los barberos, peluqueras y manicuristas según el horario y disponibilidad de cada uno. • Llevar el registro de compras y facturas de compras realizadas por los miembros de la peluquería. • Realizar cualquier informe, actas y otros documentos computarizados. • Mantener el sigilo empresarial sobre los asuntos administrativos de la peluquería. • Archivar todos los tipos de documentos de manera organizada. • Tomar nota de todas las sesiones y reuniones que se produzcan en la peluquería y detallar los resultados finales. • Receptar todas las quejas de los clientes y del personal. • Receptar los pagos de todos los servicios del negocio. • Facturar los pagos de los servicios del negocio. • Registrar todas las inasistencias y retrasos del personal. • Pago semanalmente de los sueldos del personal. 		
Elaborado por: Joselin Lema	Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla	

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022


Tabla 18-3: Manual de Funciones Peluquera

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY</p>	<p>CREACIÓN: 17/01/2022</p>
		<p>REVISIÓN: 06/02/2022</p>
<p>CARGO</p>	<p>Peluquera</p>	
<p>ÁREA O DEPARTAMENTO</p>	<p>Servicio</p>	
<p>Objetivo: Brindar el servicio de corte de cabello femenino en base a altos estándares de calidad e higiene.</p>		
<p>Formación académica: Profesional en belleza</p>		
<p>Experiencia laboral: 2 años de experiencia en peluquería femenina.</p>		
<p align="center">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir a las clientas, preguntar o sugerir estilos de corte de cabello. • Lavar, aclarar y secar el cabello de las clientas cuando sea necesario. • Cortar, recortar y rasurar el cabello con el equipo profesional. • Desinfectar en cada uso todo el equipo de peluquería. • Aplicar técnicas y estilos de corte como son Bob, shaggy, flequillo recto, tupé, Long pixie, escalonado, puntas, capeado, flequillo largo, melena, melena desfilada, blunt Bob, swag, capas, Long Bob, flequillo abierto, flequillo cortina, Bob degrade, puntas desiguales, entre otros que surjan en tendencia. • Ofrecer servicio de diseño de cejas. • Ofrecer servicio de coloración de cabello. • Crear vínculos con las clientas frecuentes y recordar los estilos que solicitan. • Mantener los equipos e insumos ordenados y limpios. • Atender las citas de las clientas agendados. • Reportar sus registros de cortes con secretaria. • Direcccionar a la clienta a pagar en secretaria. 		
<p>Elaborado por: Joselin Lema</p>	<p>Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla</p>	

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022


Tabla 19-3: Manual de Funciones Barbero

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY</p>	<p>CREACIÓN: 17/01/2022</p>
		<p>REVISIÓN: 06/02/2022</p>
<p>CARGO</p>	<p>Barbero</p>	
<p>ÁREA O DEPARTAMENTO</p>	<p>Servicio</p>	
<p>Objetivo: Brindar el servicio de corte de cabello, barba, y ceja masculina en base a altos estándares de calidad e higiene.</p>		
<p>Formación académica: Profesional en belleza</p>		
<p>Experiencia laboral: 2 años de experiencia en barbería y peluquería masculina.</p>		
<p align="center">Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir a los clientes, preguntar o sugerir estilos de corte de cabello. • Lavar, aclarar y secar el cabello de los clientes cuando sea necesario. • Cortar, recortar y rasurar el cabello con el equipo profesional. • Desinfectar en cada uso todo el equipo de barbería y peluquería. • Aplicar técnicas y estilos de corte como son clásico, rapado, militar, undercut, taper, degafilado, comb over, hongo, mohicano, flequillo, fade, spiky, rayas, cesar, shag para hombre, bob para hombre, flat top entre otros que surjan en tendencia. • Crear vínculos con los clientes frecuentes y recordar los estilos que solicitan. • Mantener los equipos e insumos ordenados y limpios. • Atender las citas de los clientes agendados. • Reportar sus registros de cortes con secretaria. • Direcccionar al cliente a pagar en secretaria. 		
<p>Elaborado por: Joselin Lema</p>	<p>Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla</p>	

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

Tabla 20-3: Manual de Funciones Manicurista

	MANUAL DE FUNCIONES PELUQUERÍA JORDY	CREACIÓN: 17/01/2022
		REVISIÓN: 06/02/2022
CARGO	Manicurista	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Servicio	
Objetivo: Brindar el servicio de manicure y pedicure en base a altos estándares de calidad e higiene.		
Formación académica: Manicurista		
Experiencia laboral: 2 años de experiencia en manicure y pedicure.		
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir a los clientes, preguntar o sugerir estilos de manicure. • Lavar, humectar y secar las manos y pies de los clientes cuando sea el caso. • Desinfectar en cada uso todo el equipo de pedicure y manicure. • Aplicar técnicas y estilos de manicure y pedicure respetando las normas de bioseguridad. • Crear vínculos con los clientes frecuentes. • Mantener los equipos e insumos ordenados y limpios. • Atender las citas de los clientes agendados. • Reportar sus registros de manicure y pedicure con secretaria. • Direccionar al cliente a pagar en secretaria. 		
Elaborado por: Joselin Lema	Revisado por: Ing. Carmen Samaniego Ing. Jorge Chafla	

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

3.4.3 Dirección

La dirección estará a cargo del propietario del negocio el cual será el encargado la correcta ejecución de los procesos administrativos dentro de la peluquería, así como también la participación del personal manteniendo una línea de comunicación abierta entre los miembros de la empresa, promoviendo el trabajo en equipo y generando un excelente ambiente laboral.

3.4.4 Control

A continuación, se mencionarán las actividades a realizar para el control de las actividades dentro de la peluquería Jordy:

- Observar y verificar que las actividades se están cumpliendo en base a los objetivos y políticas establecidas por el negocio.
- Realizar una evaluación de desempeño del personal
- Verificar las condiciones del negocio en base a la documentación realizada por la organización.

Para llevar el control de las actividades es necesario un direccionamiento estratégico que permita realizar evaluaciones del desempeño de la organización aplicando indicadores de gestión cada seis meses para determinar la evolución del negocio, para ello se plantea los siguientes indicadores:

Tabla 21-3: Indicadores de Gestión

Estrategias	Indicadores de gestión	Responsable
Mejorar continuamente la atención al cliente, y calidad del servicio, para posicionarse en el mercado	Cumplir con los procesos administrativos establecidos.	Gerente y Departamento de Servicio.
Establecer promociones y descuentos debido a la demanda con la que cuenta el negocio.	% ventas mes con descuentos = $\frac{\text{ventas totales anterior mes} - \text{ventas mes con descuentos}}{\text{ventas totales anterior mes}}$	Gerente
Mantener el distanciamiento social, proveer de alcohol a los clientes y de mascarillas para el personal.	Cumplir con las restricciones de COE Nacional por la pandemia de COVID 19 y los procesos establecidos de higiene.	Gerente y secretaria.

Implementar un plan de publicidad y promoción para el negocio	Medios de comunicación = (# medios publicitarios/ #total de medios a utilizar)	Gerente y secretario/a.
Implementar un sistema contable para mejorar el registro de sus actividades y bienes.	Propuestas = (# mejores propuestas/ # total de propuestas)	Gerente y contador/a.
Establecer un plan de capacitación para el personal de la peluquería.	% Capacitaciones = (# temas capacitados/ # necesidad de temas a capacitar)	Gerente y Departamento Administrativo
Manual de funciones para el personal de la peluquería	Puestos necesarios = (# puestos aprobados/ # total de puestos de peluquería)	Gerente y secretaria
Establecer políticas de control interno que permitan evaluar el desempeño del personal y del servicio.	Evaluaciones de desempeño del personal.	Secretaria
Desarrollar un modelo de gestión administrativo que permita mejorar el desempeño del negocio.	Cumplir con el Modelo de gestión desarrollado para la Peluquería Jordy	Gerente

Fuente: Estudio de campo

Realizado por: Lema, J. 2022

CONCLUSIONES

- El marco teórico de la investigación se sustentó a través de la recopilación de información de las teorías que postularon diversos autores en libros, revistas científicas, artículos científicos, páginas web, entre otros, de esta forma se pudo desarrollar el Modelo de Gestión Administrativo para la Peluquería Jordy, mismo que se encuentra basado en el Modelo Deming.
- Se realizó el diagnóstico interno y externo a través del uso de instrumentos de recolección de datos como son las encuestas realizadas al personal de la peluquería Jordy conformado actualmente por 4 personas, y una entrevista al propietario del negocio, en el cual se encontraron los puntos fuertes de la empresa, como la buena imagen de la empresa que ya lleva ocho años de funcionamiento, su alta demanda, la ubicación estratégica de su local entre otros aspectos que generan oportunidad de crecimiento, por otro lado también se encontraron los puntos débiles del negocio como son su poca diversidad de servicios, su manera empírica de llevar su administración, falta de una filosofía empresarial o un sistema de registro, han impedido que la organización pueda desarrollarse de manera óptima.
- Finalmente, el Modelo de Gestión Administrativa dentro de la empresa es de gran importancia, puesto que es el punto de partida para desarrollar estrategias, planes y acciones que permitan alcanzar un mayor crecimiento, es por ello que definir una filosofía empresarial, y una estructura administrativa para la Peluquería Jordy esta podrá efectuar sus actividades de forma óptima, garantizando así un servicio de calidad por medio de sus gestiones que deben ir encaminadas en mejorar sus procesos administrativos aplicando cada una de las políticas de control, dirección, organización y planes establecidos para su desarrollo con el fin de alcanzar los objetivos empresariales, y su visión para el 2026 de obtener reconocimiento a nivel nacional.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda sustentar un trabajo de investigación en base a información verídica y teorías de autores con el fin de obtener una guía válida para poder desarrollar cualquier tipo de estudio o investigación y que esta información pueda ser verificable y confiable.
- Es recomendable que la empresa realice diagnósticos anuales de la situación de la empresa con el fin de actualizar sus estrategias y prevenir diversas situaciones que puedan afectar las gestiones del negocio, también se considera necesario evaluar la planificación desarrollada para medir el desempeño del personal de la Peluquería Jordy y determinar así los resultados que se obtuvieron, y realizar las debidas correcciones para aquellos que no se alcanzaron.
- Se recomienda al propietario de la Peluquería Jordy poner en marcha el modelo de gestión administrativo planteado en esta investigación puesto que siguiendo la metodología del modelo Deming se debe ejecutar los planes propuestos para corregir errores dentro de ellos y poder establecer nuevos planes a futuro.

GLOSARIO

Organigrama: Según la Real Academia Española (2021) un organigrama es un esquema o sinopsis de la organización de una empresa, de una entidad o de un trabajo.

Retroalimentación: Para la Real Academia Española (2021) es el efecto retroactivo de una acción o proceso sobre la fuente que le da origen.

Estandarización: acción y efecto de estandarizar. (Real Academia Española 2021)

FODA: Siglas de fortalezas, oportunidades debilidades amenazas es una metodología de análisis muy difundida, se realiza a partir de la confección de una matriz que detalla estos aspectos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) de la organización. (Rodríguez 2009:69)

Contabilidad: Para Rodríguez (2009) la contabilidad es el conjunto de técnicas y reglas que están orientadas a brindar y registrar información acerca del capital de la organización de sus variaciones y de los giros que realiza siendo la partida doble el sistema contable más difundido.

Crisis: De acuerdo con Rodríguez (2009) la crisis es una grave perturbación del sistema económico o de un sector, esto se asocia a la quiebra de empresas, la depresión y las pérdidas de empleo, también pueden ser de ámbito nacional o internacional.

Mercado: Según Rodríguez (2009) es el proceso de convergencia entre la demanda y la oferta en donde para cada servicio o bien se destina un mercado en particular.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, José Luis. (2014). “*El Método de La Investigación Research Method.*” Daena: Revista Internacional de Buena Conciencia 9(3):195–204.
- AgendaPro. (2020). “*Cómo Administrar Tu Salón de Belleza o Peluquería.*” Blog AgendaPro Estética. [Consulta: 11 noviembre 2021]. Disponible en: (<https://blog.agendapro.com/centros-de-estetica/como-administrar-tu-salon-de-belleza-o-peluqueria>).
- Alvarez, Luz. (2017). Modelos de Gestión. Bogotá.
- Angulo Rincón, Rosalba. (2017). “*Gestión Del Conocimiento y Aprendizaje Organizacional: Una Visión Integral.*” Informes Psicológicos, ISSN-e 2422-3271, ISSN 2145-3535, Vol. 17, N°. 1, 2017, Págs. 53-70 17(1):53–70. doi: 10.18566/infpsic.v17n1a03.
- Burbano, Ángel. (2017). “*Importancia de La Dirección Estratégica Para El Desarrollo Empresarial.*” Dominio de Las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 3, N°. Extra 3, 2017, Págs. 19-28 3(3):19–28. doi: 10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago.19-28.
- Caldas, María, Reyes Carrión, and Antonio Heras. (2017). Gestión Administrativa (Empresa e Iniciativa Emprendedora). Vol. 1. Editex.
- Castillo, Lady. (2019). “*El Modelo Deming (PHVA) Como Estrategia Competitiva Para Realzar El Potencial Administrativo.*” Bogotá.
- Castrillón, Adriana. (2019). Fundamentos Generales de Administración. Medellín: Esumer.
- Castro, Martín, Julia Chávez, and Alejandra Arellano. (2018). MODELOS DE INTERVENCIÓN EN TRABAJO SOCIAL Una Propuesta Metodológica Para Su Construcción. Vol. 1. Primera. Yucatán: Editorial Shaad.
- Centro de Investigación Psicológicas y Sociológicas. (2018). Tipos de Investigación.
- Choloquina, Carmen. (2021). “*Análisis de La Importancia de Los Modelo de Gestión Como Estrategia de Mejora Continua En Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de La Provincia de Cotopaxi.*” Quito.

- Contífico. (2022). “*Sistema Contable Online Más Recomendado Del Ecuador - Contífico.*” [Consulta: 5 febrero 2022]. Disponible en: <https://contifico.com/sistema-contable/>.
- Díaz, Camilo, Karol Rosero López, and Myriam Obando Yopez. (2018). “*La Evaluación Como Medio de Aprendizaje.*” *Educación y Humanismo*, ISSN 0124-2121, Vol. 20, N°. 34 (Enero - Junio), 2018, Págs. 173-186 20(34):173–86. doi: 10.17081/eduhum.20.34.2863.
- EFQM. (2019). “Modelo de Excelencia y Calidad EFQM.” [Consulta: 14 noviembre 2021]. Disponible en: (<http://www.efqm.es/>).
- Freire, Jazmín. (2020). “*DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO PARA LA GRANJA AVÍCOLA PAMELITA DE LA PARROQUIA COTALÓ CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.*” Riobamba.
- Galarza, Carlos. (2020). “*Clasificación de Las Investigaciones.*” *CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de La Universidad Tecnológica Indoamérica* 9(3):1–6.
- Gambino, Alejandra, and José Luis Pungitore. (2020). “*El Concepto de Organización: Revisitando La Obra de Algunos Autores Clásicos.*” [Www.Cyta.Com.Ar/Ta/Article.Php?Id=190302](http://www.cyta.com.ar/ta/article.php?id=190302) 19.
- Guerra, Carlos. (2018). “*Modelo de Gestión Administrativa Para El Centro Comercial Popular La Condamine, Del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.*” Riobamba.
- Hernández, Jorge, and Luz Sandra Hernández. (2019). *Boletín Científico de La Escuela Superior de Atotonilco de Tula.*
- Lazo Torres, Narcisa, Juan Erazo Álvarez, and Cecilia Narváez Zurita. (2019). “*El Balanced Scorecard Como Herramienta de Control Interno En El Sector Manufacturero.*” *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, ISSN-e 2542-3088, Vol. 4, N°. Extra 1 (Edición Especial), 2019, Págs. 125-152 4(1):125–52. doi: 10.35381/r.k.v4i1.374.
- Mendoza, Walter M., Tania Y. García, María I. Delgado, and Isabel M. Barreiro. (2018). “*El Control Interno y Su Influencia En La Gestión Administrativa Del Sector Público.*” *Dominio de Las Ciencias*, ISSN-e 2477-8818, Vol. 4, N°. 4, 2018, Págs. 206-240 4(4):206–40. doi: 10.23857/dom.cien.pocaip.2018.vol.4.n.4.206-240.

Mendoza Zamora, Walter M., Tania Y. García Ponce, María I. Delgado Chávez, and Isabel M. Barreiro Cedeño. (2018). “*El Control Interno y Su Influencia En La Gestión Administrativa Del Sector Público.*” *Dominio de Las Ciencias*, ISSN-e 2477-8818, Vol. 4, N°. 4, 2018, Págs. 206-240 4(4):206–40. doi: 10.23857/dom.cien.pocaip.2018.vol.4.n.4.206-240.

Ortega, Alfredo Otero. (2018). ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN.

RAE. (2020). “*Planificación.*” Real Academia Española. [Consulta: 14 noviembre 2021]. Disponible en: <https://dle.rae.es/planificaci%C3%B3n>.

Rauz, Xavier. (2007). Modelos de Gestión Administrativa | PDF | Recursos Humanos | Planificación.

Real Academia Española. (2021a). “*Diccionario de La Lengua Española.*” Definición Estandarización. [Consulta: 5 febrero 2022]. Disponible en: (<https://dle.rae.es/estandarizaci%C3%B3n>).

Real Academia Española. (2021b). “*Diccionario de La Lengua Española RAE - ASALE.*” Definición Organigrama. [Consulta: 5 febrero 2022]. Disponible en: (<https://dle.rae.es/organigrama>).

Real Academia Española. (2021c.) “*Diccionario de La Lengua Española RAE - ASALE.*” Definición Retroalimentación. [Consulta: 5 febrero 2022]. Disponible en: (<https://dle.rae.es/retroalimentaci%C3%B3n>).

Recalde, María Fernanda, Juan Carlos Páez, José Fernando Yépez, and Maritza Gisela Andrade. (2017). “*Los Modelos de Gestión Administrativa de Las Pequeñas y Medianas Empresas En La Ciudad de Quito.*” *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*.

Rivero, Magda. (2018). “*Matriz FODA Herramienta Para La Estrategia Dra. Magda Rivero.*” Matriz FODA Herramienta Para La Estrategia.

Rodríguez, Carlos E. (2009). “*DICCIONARIO DE ECONOMIA ETIMOLÓGICO, CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL.*” EDICIÓN ESPECIAL PARA ESTUDIANTES 62.

Rosero, Christian. (2017). Modelo de Gestión Administrativa.

Salas, Alejandra. (2014). “*PROCESO ADMINISTRATIVO.*”

Salazar, Johann. (2019). “*Una Mirada al Modelo de Valores En Competencia de Cameron y Quinn Desde El Compromiso de Los Empleados.*” Departamento de Administración, Manizales.

Samaniego García, Karla Johanna. (2017). “*Indicadores de Gestión Administrativa Como Mecanismo de Control En La Coordinación de Postgrados PUCESE.*” Ecuador - PUCESE - Maestría en Administración de Empresas mención Planeación, Esmeraldas.

Torres, María. (2019). ANÁLISIS FODA.

Troncoso Pantoja, Claudia, and Antonio Amaya Placencia. (2017). “*Entrevista: Guía Práctica Para La Recolección de Datos Cualitativos En Investigación de Salud.*” Revista de La Facultad de Medicina, [Consulta: 11 abril 2022], 329–32.

Villarreal, Andrea. (2021). “*Ecuador Con Expectativas Económicas Positivas Para El 2022 / Ekosnegocios.*” Ekos. [Consulta: 11 enero 2022]. Disponible en: (<https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-con-expectativas-economicas-positivas-para-el-2022>).



DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
E INVESTIGACIÓN
Eg. Monstan Parreño Ugullas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



ANEXOS.

ANEXO A: ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE LA PELUQUERÍA “JORDY”

Objetivo: Conocer la situación actual en el ámbito administrativo de la Peluquería Jordy, y por medio de la información obtenida mejorar los procesos administrativos y competitivos del negocio en el mercado.

1. ¿Conoce usted si la Peluquería Jordy cuenta con un organigrama?

Si

No

2. ¿Existe un manual de funciones en donde se encuentren las tareas y obligaciones que usted deba cumplir?

Si

No

3. ¿Se desarrollan procesos de evaluación del desempeño laboral?

Si

No

4. ¿Ha recibido capacitación para mejorar su desempeño laboral?

Si

No

5. La atención que brinda el negocio al cliente es:

Excelente

Buena

Regular

6. ¿Las actividades planificadas se dan a conocer al personal?

Si

No

7. ¿Son acertadas las decisiones adoptadas por el Gerente de la Peluquería Jordy?

Si

No



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



8. ¿Son acertadas las decisiones adoptadas por el Gerente de la Peluquería Jordy?

Si

No

9. ¿Cómo calificaría usted los procesos de planificación, organización, dirección y control realizados por la Peluquería Jordy?

Deficiente

Regular

Buen

Excelente

10. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que originan problemas al realizar sus funciones?

Falta de control de funciones

Falta de una estructura organizacional

Desconocimiento de los objetivos y metas empresariales

11. ¿Conoce usted la misión, visión, y valores empresariales de la Peluquería Jordy?

Si

No

12. ¿Considera usted pertinente diseñar un modelo de gestión administrativo para la Peluquería Jordy?

Si

No

13. ¿Cree usted que, de aplicarse un Modelo de Gestión Administrativa, mejoraría la eficiencia en la administración y la calidad en la atención al cliente?

Si

No



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



ANEXO B: ENTREVISTA PROPIETARIO PELUQUERÍA “JORDY”

Objetivo: Conocer la situación actual en el ámbito administrativo de la Peluquería Jordy, y por medio de la información obtenida mejorar los procesos administrativos y competitivos del negocio en el mercado.

Entrevistado: Sr. Bayardo José Chicaiza Lumisaca

Cargo: Gerente/Propietario

Fecha: 26 de noviembre del 2021

1. ¿A qué se dedica la empresa?
2. ¿Qué rol desempeña dentro de la empresa?
3. ¿Qué servicios ofrece su negocio?
4. ¿Tiene la empresa definida el organigrama estructural?
5. ¿Cuenta con algún tipo de reglamento dentro de su negocio?
6. ¿Podría describir la misión, visión, políticas y valores de la empresa?
7. ¿Sus colaboradores conocen la misión, visión, objetivos y valores empresariales?
8. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que ha identificado en su negocio?
9. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas que podría presentar su negocio?
10. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones?
11. ¿Cómo lleva usted la contabilidad de su negocio?
12. ¿Utiliza usted algún método para registrar y controlar su inventario?
13. ¿Se realizan estados financieros básicos en la empresa?
14. ¿Cómo planifica usted las actividades dentro de su negocio?
15. ¿Qué actividades realiza usted para el control dentro de su negocio?
16. ¿Cuáles son sus indicadores para medir si alcanza los objetivos y metas de su negocio?
17. ¿Cómo elabora usted presupuestos para las funciones de su negocio?
18. ¿Cómo desarrolla el proceso de reclutamiento y selección del personal?
19. ¿Se realiza un proceso de capacitación para sus colaboradores?

20. ¿Cuáles son las competencias y capacidades que ha generado usted para su equipo de trabajo?
21. ¿Cuál es la forma en la que los colaboradores aportan con ideas al negocio?
22. Se evalúa el desempeño del personal
23. ¿Cómo es el proceso de toma de decisiones para resolver problemáticas dentro de su negocio?
24. ¿Qué estrategias se utiliza para captar más clientes?
25. ¿Cuáles son las características por las cuales su servicio es valorado por sus clientes?
26. ¿Cuán intensa es la competencia en su sector y cuáles son las características de sus principales competidores?
27. ¿Existe algún proceso de retroalimentación para evaluar los resultados de las decisiones tomadas?
28. ¿A través de qué medios publicitarios da a conocer su negocio?
29. ¿Considera usted que la inversión realizada responde a la rentabilidad que tiene el negocio?



epoch


Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 19 / 01 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JOSELIN KATHERINE LEMA GUALLO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.


DIRECCION DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
EL INVESTIGACION
Jhonatan Parreño Uquillas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECAS
744-DBRA-UTP-2022