



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA EL PROCESO DE
PLANIFICACIÓN Y SU IMPACTO EN LAS METAS ORGANIZACIONALES
DE LA EMPRESA BURGER HOLIC.**

Daniel Ayala, V- 23.649.774

Javier Gallo, V-26.900.886

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego

Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD “JOSÉ ANTONIO PÁEZ”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA EL PROCESO DE
PLANIFICACIÓN Y SU IMPACTO EN LAS METAS ORGANIZACIONALES
DE LA EMPRESA BURGER HOLIC.**

Proyecto de Trabajo de Grado para optar al título de licenciado en Administración de
Empresas

**Autor(es): Daniel Ayala
Javier Gallo**

Tutor (a): Oneida Jimenez

San Diego, Febrero 2021



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quienes suscriben esta Acta Oneida Jiménez de Cedula de Identidad No. V-, en mi carácter de tutor de trabajo de grado presentado por los ciudadanos Javier Gallo, titular de la cedula de identidad N° V-26.900.886 y Daniel Alaya, titular de la cedula de identidad N° V-23.649.774, dejan constancia que el Trabajo de Grado titulado **“ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN Y SU IMPACTO EN LAS METAS ORGANIZACIONALES DE LA EMPRESA BURGER HOLIC.”** Presentado como requisito parcial para optar el título de Licenciados en Administración de Empresa, ha sido revisado y, cumpliendo con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

San Diego, Febrero del año dos mil veinte (2.021).

Tutora Académica

ING. Oneida Jiménez

C.I. V-

Cel: 0424-403.1494

e-mail: ujapfcs.dir.admon@gmail.com



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION**

**ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS PARA EL PROCESO DE
PLANIFICACIÓN Y SU IMPACTO EN LAS METAS ORGANIZACIONALES
DE LA EMPRESA BURGER HOLIC.**

Fecha: Febrero 2021

Autor(es): Daniel Ayala y Javier Gallo

Tutora: Oneida Jiménez

RESUMEN INFORMATIVO

La presente investigación tuvo como objetivo proponer estrategias administrativas para el proceso de Planificación y su impacto en las metas organizacionales de la empresa Burger Holic. La globalización, utilización de tecnologías modernas, nuevas formas de información y de comunicación han generado reformas no sólo en las maneras de actuar sino también en las de pensar, tanto en las organizaciones como en las personas. En este nuevo escenario, el cambio es una realidad que se impone y atenderlo es de suma importancia. El estudio estuvo contemplado en una investigación bajo la modalidad de proyecto factible, con un diseño de campo de nivel descriptivo. Para el desarrollo de la investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta a través del instrumento el cuestionario contenido de quince (15) preguntas dicotómicas y politómicas aplicada a la población de cuatro (4) trabajadores; la muestra fue de tipo censal, por ser pequeña y finita, y se expusieron el análisis de los resultados obtenidos en una Matriz DOFA, de la cual surgieron las estrategias que permitieron el desarrollo de la propuesta que fue establecer estrategias tanto administrativas como de marketing, para diseñar el plan que permitió realizar reposiciones planificadas. Finalmente, se concluye en la investigación que el proceso de marketing es muy importante debido a que permite mantener los niveles óptimos de la organización y el crecimiento de su cartelera de cliente.

Descriptor(es): Planificación, Administración de empresas, Análisis, Estrategias, Optimización.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO		Pag..
RESUMEN.....		I
INTRODUCCIÓN.....		II
CAPITULO I		
I	EL PROBLEMA.....	3
	1.1. Planteamiento del problema.....	3
	1.2. Objetivos.....	4
	1.3 Justificación.....	5
II	MARCO TEORICO.....	7
	2.1. Antecedentes	7
	2.2. Bases teóricas	12
	2.3. Definición de términos básicos	15
III	MARCO METODOLOGICO.....	16
	3.1. Tipo de investigación	16
	3.2. Diseño de la investigación.....	16
	3.3. Fases de investigación	17
IV	ANALISIS DE RESULTADOS.....	20
V	LA PROPUESTA.....	37
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
	REFERENCIAS.....	45
	ANEXOS.....	47

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOSO

Cuadro y Grafico Nro.1.....	20
Cuadro y Grafico Nro.2.....	21
Cuadro y Grafico Nro.3.....	22
Cuadro y Grafico Nro.4.....	23
Cuadro y Grafico Nro.5.....	24
Cuadro y Grafico Nro.6.....	25
Cuadro y Grafico Nro.7.....	26
Cuadro y Grafico Nro.8.....	27
Cuadro y Grafico Nro.9.....	28
Cuadro y Grafico Nro.10.....	29
Cuadro y Grafico Nro.11.....	30
Cuadro y Grafico Nro.12.....	31
Cuadro y Grafico Nro.13.....	32
Cuadro y Grafico Nro.14.....	33
Cuadro y Grafico Nro.15.....	34

INTRODUCCIÓN

La planificación es el primer paso del proceso administrativo, aquí es donde se concentran las ideas y las experiencias de problemas pasados para desarrollar planes y programas importantes para la gestión administrativa de una empresa. Es una fase esencial, ya que de ahí se escogen las herramientas necesarias para lograr los objetivos establecidos por una organización. Otras razones por las cuales se podría considerar a la planeación como una de las partes más importantes del proceso administrativo, es que reducen los niveles de incertidumbre que pueda generar un hecho futuro y mantiene siempre preparada a la empresa de cualquier eventualidad que se presente en su entorno.

Este proyecto consistirá en analizar los problemas administrativos que posee actualmente la empresa de comida rápida Burger Holic ubicada en el municipio Valencia del Estado Carabobo, que, debido a la escasa experiencia en la planificación por parte de la administración, ha causado que dicha empresa no cumpla con sus objetivos planteados y no consiga posicionarse en el mercado actual, y a su vez, se diseñara una estrategia administrativa que ayude a mejorar la gestión. La investigación constara de cinco (5) capítulos estructurados de la siguiente manera:

Inicialmente, el Capítulo I, El Problema: contiene la exposición de la situación problemática enmarcada en el planteamiento del problema, el establecimiento de los objetivos de la investigación tanto el general como los específicos, así como la justificación de la investigación.

Continuando, el Capítulo II, Marco Teórico: se refiere al marco teórico y está integrado por los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de términos básicos.

Seguidamente, el Capítulo III, Marco Metodológico: se describen el tipo y nivel de investigación, las fases metodológicas de la investigación de acuerdo con los objetivos específicos.

Por otro lado, el Capítulo IV, Resultados: se revela el análisis de los resultados obtenidos para poder desarrollar las fases metodológicas establecidas para alcanzar los objetivos propuestos, para realizar el diagnóstico e identificar las debilidades de sus procesos.

Capítulo V, la Propuesta: que dio solución a la problemática existente en la empresa en estudio, la cual consistió en diseñar lineamientos contables para optimizar los procesos de manejo de inventarios de la empresa Mayor y Detal de Repuestos El Jardín C.A.,

Las Conclusiones y Recomendaciones finales a las cuales llegaron los autores en la presente investigación. Finalmente, las Referencias bibliográficas que sustentan el estudio y los anexos requeridos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La globalización, utilización de tecnologías modernas, nuevas formas de información y de comunicación han generado reformas no sólo en las maneras de actuar sino también en las de pensar, tanto en las organizaciones como en las personas. En este nuevo escenario, el cambio es una realidad que se impone y atenderlo es de suma importancia. Esto significa, que la sociedad se ha visto sometida a rápidos y profundos cambios que se traducen en modificaciones de la cultura, en donde las organizaciones actuales se enfrentan al reto de asimilarlos y tomar decisiones para adaptarse al entorno dinámico y complejo.

Es por ello, que en los últimos años, los directivos han adquirido conciencia de la necesidad de un proceso de planificación, que les permitirá alcanzar sus metas de la manera más adecuada. De ahí, la estrecha relación existente entre gestión y planificación en las organizaciones. Dentro de este contexto, el desafío, entonces, será pensar estratégicamente, planificar y gestionar para responder creativamente a las demandas cambiantes y ésta será la principal semilla del cambio. Toda empresa, a nivel mundial, está en la búsqueda de la excelencia y un buen posicionamiento, el cual pueda ayudarla a ser más competitiva y a mantenerse estable y sólida en un mercado totalmente globalizado. El mundo está cambiando constantemente por lo cual las empresas están obligadas a mantenerse actualizadas, el futuro de estas depende de una eficaz planificación estratégica para una eficiente gestión de la misma.

La planificación es el proceso mediante la cual se decide la direccionalidad de las organizaciones. Se fijan objetivos futuros y se trazan trayectorias para la consecución de tales objetivos. También, la planificación permite el equilibrio

adaptativo de la organización a su entorno procurando responder eficientemente a las demandas ambientales a partir de un flujo constante de información. Las organizaciones no son entes inermes al vaivén del entorno, a través de acciones planificadas las mismas intentan generar cambios en ese entorno a fin de que este modifique su situación.

En este sentido, el planeamiento estratégico representa un punto de equilibrio entre los procesos analítico (en base al razonamiento) e intuitivo (en base al juicio o experiencia). Esto se logró elaborando "escenarios macro" sobre los cuales se realizaron simulaciones entre diferentes suposiciones o cambios en las variables más sensibles (externas e internas) en relación a las organizaciones. Así el Planeamiento Estratégico involucra el dominio de temas como la demanda por los productos y/o servicios, los factores que afectan la capacidad de oferta, las fortalezas, debilidades y oportunidades; el análisis del entorno competitivo y cambios tecnológicos, así como las implicancias de carácter financiero inherentes a las decisiones operativas, más conocidas como amenazas.

Por otra parte, En materia de Planificación Estratégica en América Latina, la propuesta pionera es inicialmente registrada en Estrategia y Plan (Matus, 1973), el libro que antecede a la obra maestra del autor en el tema: Planificación de Situaciones (Matus, 1978). En esa primera publicación, aparece ya una clara distinción entre los conceptos de Planificación Normativa y Planificación Estratégica, considerando que la primera se circunscribe al ámbito de lo económico y relega la cuestión política a un plano secundario, centrado su mayor esfuerzo – en el mejor de los casos – en la definición de una norma, entendida como el deber ser y el punto de partida para el establecimiento de un curso de acción para fijar objetivos a priori; mientras que, en la segunda los objetivos se derivan de la realidad y la norma pasa a cumplir un rol indicativo.

Así entonces, hoy en día asiste a un uso generalizado de la formulación de planes denominados estratégicos en el sector público en América Latina y el Caribe. Aún más, a diferencia del pasado, prácticamente se han ido superando, por un lado, los prejuicios ideológicos derivados de la adopción de procesos de planificación en determinadas formas de organización de la economía y regímenes de gobierno; y, por el otro, la dicotomía mercado-planificación.

No obstante, el uso indiscriminado del concepto de Plan Estratégico, asociada su formulación a procesos e instrumentales ajenos a la esencia de los orígenes de la Planificación Estratégica, podría estar generando de nuevo un manto de incredulidad sobre la utilidad y eficacia de la planificación en tanto método de trabajo que precede y preside a la acción. De tal manera, que hace falta que la planificación estratégica pueda reencontrar sus raíces en aras de redefinir su arquitectura paradigmática, perfeccionando instrumentos y técnicas para su operatividad, para evitar que pueda volver a caer en el descrédito y la desvalorización de décadas pasadas.

En lo que compete a Venezuela, mucho se ha discutido sobre la situación económica que presenta el país, por lo que para lograr que las empresas de comida rápida sea un negocio sustentable, una remodelación constante de las estrategias de su planificación es de suma importancia, según Tabatorny y Jarniu (1975) los cuales plantean que la planificación: “Es el conjunto de decisiones que determinan la coherencia de las iniciativas y reacciones de la empresa frente a su entorno”. Ninguna empresa puede competir sin tener una clara planificación, por ello las metas, objetivos, valores y estrategias son elementos de vital importancia, por esa razón, la planificación puede encaminar el futuro de la empresa.

Para el año 2020 existe una gran cantidad de empresas dedicadas a la venta de alimentos en la ciudad de Valencia pero en su mayoría no cuentan con productos de calidad, una buena presentación, costos accesibles y rapidez a la hora de la entrega.

Son varios los factores que pueden impedir el logro de los objetivos empresariales ya que Burger Holic presenta un crecimiento rápido sin una planificación estratégica. Esto se ha visto reflejado en la falta de personal y la escasa capacitación que poseen, lo que ocasiona un bajo conocimiento de técnicas administrativas, puestos que solo los han adquirido empíricamente. Los requerimientos de exigencia y preparación profesional son cada vez mayores, ya que estos recaen sobre ellos, así mismo, el manejo eficiente y eficaz de los recursos disponibles, además de ser los responsables de velar por el correcto cumplimiento y ejecución de las actividades que ayudan a la organización a alcanzar sus objetivos.

De esto se resume, que la planificación consiste en saber qué se va a hacer por anticipado, cuál va a ser la dirección que se va a tomar para alcanzar los objetivos de la manera más eficiente. Según la definición de Cortés (1998): “Es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado”.

Se comprende que toda organización o empresa para ser sustentable debe apoyarse en una planificación estratégica, dado a que con ella se establece el propósito principal en sus operaciones, y por eso, se planifican los lineamientos y pasos para lograrlos. Abordando el entorno real de la presente investigación, la cual se dirige a la propuesta de una estrategia administrativa para mejorar la planificación de la empresa Burger Holic ubicada en el Municipio de Valencia, del Estado Carabobo cuyo objetivo principal es la venta de comida rápida a domicilio, como hamburguesas, papas fritas y postres variados, cuenta con una sucursal en Valencia, este emprendimiento inicio por la pasión gastronómica de sus socios los cuales querían llevar esto a todos los rincones de la ciudad.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo se puede mejorar el proceso de Planificación, de manera que se perfile a la consecución de los objetivos organizacionales de la empresa Burger Holic, en el marco de la situación de emergencia pandémica Covid 19?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Proponer estrategias administrativas para el proceso de Planificación y su impacto en las metas organizacionales de la empresa Burger Holic.

1.2.2. Objetivos específicos

- 1) Diagnosticar la situación actual de la empresa Burger Holic, en cuanto su proceso de Planificación y su impacto en las metas organizacionales, en tiempos emergencia de la pandemia mundial Covid 19, a través de la implementación de herramientas de recolección de información.
- 2) Analizar las fortalezas y debilidades del proceso de Planificación en la empresa Burger Holic, a través de la aplicación de una matriz FODA.
- 3) Diseñar estrategias administrativas para el proceso de Planificación que impacten positivamente en las metas organizacionales de la empresa Burger Holic., en tiempos de emergencia de la pandemia mundial Covid 19, garantizando el cumplimiento de los objetivos planteados por la organización.

1.3. Justificación de la investigación

La perspectiva a largo plazo u horizonte, es la respuesta a la pregunta de ¿En dónde necesita estar la empresa en un momento específico del futuro para desempeñar su visión, misión y estrategias? El Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar

modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. Desde el punto de vista pedagógico el Planeamiento Estratégico es importante porque ofrece a las organizaciones las siguientes ventajas: Obliga a los ejecutivos a ver el planeamiento desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales, de manera que nuestras acciones diarias nos acerquen cada vez más a las metas.

Mantiene a la vez el enfoque en el futuro y el presente, Refuerza los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias, Fomenta el planeamiento y la comunicación interdisciplinarios, Asigna prioridades en el destino de los recursos, Mejora el desempeño de la organización: Orienta de manera efectiva el rumbo de la organización facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. Permite enfrentar los principales problemas de la organización: Enfrentar el cambio en el entorno y develar las oportunidades y las amenazas.

El desarrollo de una planificación estratégica produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en la eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros. Ayuda a mejorar los niveles de productividad, conducentes al logro de la rentabilidad. Favorece a la Dirección y coordinación organizacional al unificar esfuerzos y expectativas colectivas y Optimiza los procesos en las Áreas al traducir los resultados en logros sinérgicos.

Cabe descartar, que dicha investigación es de gran importancia, la misma ofrecerá a futura investigación sustento metodológica de la importancia de los procesos administrativos sobre planes estratégicos para el crecimiento de las organizaciones, el buen uso del mismo. Por otra parte, el contenido y la metodología empleada en la investigación serán de utilidad como base de futuras investigaciones dentro de la universidad José Antonio Páez.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

Los antecedentes de una investigación corresponden a la revisión de trabajos anteriores que sirven como referencia a un tema de estudio, realizados por instituciones de educación superior, como lo pueden ser trabajos de grado, postgrados, trabajos de ascenso, resultados de investigaciones institucionales, ponencias, conferencias, entre otros estudios referidos al tema. Se realizara una revisión y análisis a algunos trabajos de investigación que servirán como soporte para la investigación de estrategias administrativas que ayuden a solventar los problemas de planificación que impiden lograr los objetivos planteados de la empresa Burger Holic.

Internacionales

Riofrio y Silva (2016), en su investigación titulado **"Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo"**, para optar por el título de licenciado en administración en la Universidad Señor de Sipan en Perú, cuyo propósito principal Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch.

La investigación se llevó a cabo bajo el enfoque tipo correlacional con diseño no experimental. La población sujeta a estudio está conformada por 309 clientes, la información se obtuvo del reporte de clientes del mes de octubre-noviembre del 2015 del Comercial. La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta, usando como instrumento el cuestionario. En conclusión la propuesta de un plan estratégico si mejorara la gestión, dado que al hacer el análisis para ver cómo se encuentra la

gestión del spa Celestial Touch, a través del balanced score card da como resultado que no tiene una buena gestión, que solo se basa en el día a día, mas no en un plan a seguir, en lo cual al tomar una decisión pueda afectar a la empresa, a sus clientes, trabajadores. Entonces mediante la propuesta si se llevara a cabo una mejora en la empresa, para poder ser frente al entorno en el que se encuentra y poder competir en el mercado, así como lo que desea la empresa para un futuro.

Por otra parte, Edison Iza (2015), en su Trabajo de grado titulado: **Diseño de un Modelo de Gestión de Riesgo para los Procesos de Planificación de la Corporación CENACES** en Ecuador, para optar por el título de magister en administración de empresas en la Universidad Católica de Ecuador, tuvo como objetivo principal Desarrollar competencias relacionadas a la planificación de la expansión y modelo de cartera del sector eléctrico. La Investigación usó el diseño no experimental de corte transversal y por último correlacional, y de un Enfoque Cuantitativo. Se aplicó una encuesta como técnica de Investigación de 23 preguntas.

Asimismo, a través de los resultados obtenidos se brindarán recomendaciones que le permitan a la empresa captar nuevos clientes en un mercado dinámico, obtener la fidelización de los mismos, diferenciar su Marca y la imagen de la misma frente a la competencia, fortaleciendo también el compromiso, conocimiento y aplicación de las estrategias basado en una planificación estratégicas por parte de los colaboradores.

Nacionales

Luis Carvallo (2020), en su trabajo de grado titulado **Plan Estratégico Administrativo Basado En Las Nuevas Tendencias Para Impulsar La Transformación Del Departamento De Ventas De La Mansión De La Arepa Norte, C.A** para optar por el título de licenciado en administración de empresas, en la Universidad José Antonio Páez, objetivo principal proponer un plan estratégico administrativo con el fin de mejorar la inclusión y adaptación de nuevas tendencias en

el departamento de ventas en la empresa La Mansión de la Arepa Norte C.A ubicado en Valencia, estado Carabobo.

La finalidad de la misma, será introducida como una nueva estrategia en el mercado que sirva de catalizador para lograr cumplir el objetivo final de la investigación. Cabe destacar que se investigara la situación interna de la empresa bajo la modalidad de un proyecto factible, mediante la realización de entrevistas al personal encargado de La Mansión de la Arepa Norte C.A conformado por 12 personas y a sus trabajadores, luego se procederá a realizar el análisis e interpretación de datos, dichos datos servirán de apoyo para la realización de un plan estratégico administrativo que le será propuesto a La Mansión de la Arepa Norte C.A para mejorar su transformación en el departamento de ventas.

En conclusión, La empresa no cuenta con un plan de promociones para la sucursal ubicada en la ciudad de Valencia. Los estudios de mercados y plan estratégico realizados carecen de confianza y honestidad por ende se requiere que la empresa los actualice tenga credibilidad.

Seguidamente, García y Gonzales (2016), en su Trabajo especial de Grado titulado **“Los Procesos Administrativos Que Desarrolla La Directiva De La Coordinación General Del Liceo Andrés Eloy Blanco, Estado Carabobo”** presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Educación mención sub-área comercial, cuyo objetivo principal Analizar los procesos administrativos que desarrolla la Directiva de la Coordinación Pedagógica General del liceo Andrés Eloy Blanco del Municipio Libertador, Estado Carabobo.

Es un estudio de campo con diseño descriptivo, población y muestra censal de diez (10) encuestados. Técnicas de recolección de datos: observación, encuesta. Instrumentos: cuaderno de notas, cuestionario. El cuestionario, validado por juicio de expertos. Confiabilidad con el estadígrafo Kuder Richardson. En fin, el proceso administrativo que se lleva en la coordinación Pedagógica General presenta

debilidades que afectan a la institución. Obteniendo como resultado, se pudo establecer que no se están ejerciendo acciones para cumplir con los objetivos de la coordinación pedagógica general, igualmente presentan deficiencias en el acatamiento de las normas para los procesos internos de uso de archivos, así mismo, el acto de recepción de calificaciones de los docentes se realiza por personal sin competencia y en algunos casos en forma alterna, extemporánea y sin control lo que afecta al estudiante y la imagen y prestigio de la institución.

Finalmente, Pedro Castillo (2015), en su trabajo “ **Propuesta De Un Plan Estratégico Para La Unidad Generadora De Ingresos De La Dirección De Medios Electrónicos Y Telemática De La Universidad De Carabobo**”, para optar por el título de Magister en Ingeniería Industrial en la Universidad de Carabobo, tuvo como propósito principal Proponer un Plan Estratégico para la Unidad Generadora de Ingresos de la Dirección de Medios Electrónicos y Telemática de la Universidad de Carabobo (UGI-DIMETEL).

La investigación es del tipo descriptiva, contemplando el estudio y análisis documental con un trabajo de campo. Para lograr el objetivo principal de la investigación, se diagnostica la situación actual, se reformula Misión, Visión y Objetivos Estratégicos, acordes al horizonte de estudio. Se identifica las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas a través de Matrices de Evaluación de factores internos y externos respectivamente, generando las estrategias adecuadas para el logro de los objetivos fijados con su respectivo diseño de un Plan de Acción realista, y presentado el Plan operativo Anual en el cumplimiento de las mismas. La población estuvo conformada por 6 personas integrante del personal administrativo de la organización.

Como resultado de la presente investigación, se dispone de información lo suficientemente clara y concisa que permite establecer prioridades de acuerdo con los factores claves de éxito, las necesidades y expectativas de la organización,

permitiendo a la organización reorientar las políticas y estrategias con respecto a la gestión de la UGI-DIMETEL, impulsando la eficiencia, eficacia y productividad de las actividades de cada una de las áreas de las coordinaciones de DIMETEL, a través del desarrollo, implementación e interpretación de los Indicadores de Gestión permitiendo una gerencia soportada en datos y hechos.

En este orden de ideas, se puede establecer que la relación existente entre el antecedente anteriormente enunciado con el presente trabajo es que se realizó un análisis para identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, y a su vez, crear un plan estratégico que sirva como guía para que pueda lograr sus objetivos propuestos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Administración empresarial

La administración de empresas es una actividad destinada a organizar los recursos empresariales, humanos y materiales, en vistas a la consecución de sus objetivos. Para ello se elabora un plan estratégico en miras a la misión o fin a largo plazo que la organización se propone. Para planificar se deben tomar en cuenta las fortalezas y debilidades del emprendimiento, y su relación con otras empresas, en cuanto a su posicionamiento relativo, para lo que se requiere una investigación del mercado del que se trate.

2.2.2. Plan estratégico

Javier Sánchez señala que un plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.

2.2.3. Estrategias administrativas

Según Felipe Nieves, en el campo de la administración, una estrategia, es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner en orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

2.2.4. Gestión administrativa

Fabián Quiroga (2020) menciona que la gestión administrativa es el área responsable de coordinar los recursos administrativos de la empresa. Para llevar a cabo esta tarea, es necesario organizar las necesidades, los procesos y los recursos con los que dispone cada departamento de la empresa y gestionarlos de la mejor manera. Básicamente, la gestión administrativa consiste en dirigir y mantener el control sobre los recursos de una organización, todo ello para obtener los mejores resultados.

2.2.5. Posicionamiento en el mercado

El posicionamiento de mercado consiste en indicar la posición en que se encuentra el producto o servicio de una determinada empresa en comparación con otras que tienen productos similares en el mercado.

2.2.6. Matriz DOFA

Un análisis DOFA es una evaluación de los procesos; que tanto individuos como empresas realizan para conocer su situación o posición en el mercado. Una matriz DOFA implica estudiar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (Según sus iniciales – DOFA).

2.2.7. Detección de una oportunidad

Para detectar las oportunidades se hacen estudios de mercado, que consisten en averiguar cuanta gente estaría dispuesta a comprar un determinado producto o que producto novedoso podría responder a las necesidades o al interés de la buena cantidad de personas. También se realizan estudios de factibilidad para conocer las posibilidades reales de introducir un nuevo producto en el mercado o de producir aquello que satisfaga la necesidad social detectada.

2.2.8. Establecimiento de objetivos

Consiste en tener la capacidad de fijar metas y metas alcanzables, articulando correctamente los recursos de los que disponemos y estableciendo adecuadamente los procesos y las secuencias para conseguirlos.

2.2.9. Consideración de las premisas de planificación

Las premisas de planeación son las condiciones previstas en que operarán los planes. Incluyen supuestos o pronósticos sobre las condiciones futuras conocidas que afectarán la operación de los planes.

2.2.10. Identificación de las alternativas

Se define el análisis de alternativas como la identificación de uno o más medios que representan estrategias para dar solución a la problemática abordada. Partiendo del árbol de objetivos, seleccionamos aquellos medios (raíces del árbol) que representan estrategias viables para cambiar la situación problemática.

2.2.11. Comparación de las alternativas de acuerdo a los objetivos y las metas

Permite comparar lo que se ha previsto con lo que se va a realizar. Su función es determinar si las alternativas tomadas van acorde con los pasos para alcanzar las metas.

2.2.12. Elección de una alternativa

La evaluación de cada alternativa se hace analizándola con respecto al criterio ponderado. Una vez identificadas las alternativas, el tomador de decisiones tiene que evaluar de manera crítica cada una de ellas. Las ventajas y desventajas de cada alternativa resultan evidentes cuando son comparadas.

2.2.13. Elaboración de planes de apoyo

Consiste en diseñar planes que aporten a la misión principal de la empresa u organización.

2.2.14. Elaboración de presupuesto

Consiste en la planificación que, de una forma determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios los ingresos, gastos y recursos que se generan en un período determinado para cumplir con los objetivos fijados en la estrategia.

2.3. Definición de términos básicos:

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Planificación: Es una función administrativa que comprende el análisis de una situación, el establecimiento de objetivos, la formulación de estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos, y el desarrollo de planes de acción que señalen cómo implementar dichas estrategias.

Empresa: Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de la sociedad.

Análisis: Un análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias.

Diagnóstico: Se define diagnóstico del grupo como el proceso valorativo mediante el cual se identifican con base a ciertas metodologías, los problemas, deficiencias o necesidades de un grupo, así como sus potencialidades.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

El marco metodológico constituye una de las piezas más importantes dentro de la investigación, en donde se pone a elaborar estrategias administrativas para optimizar los procesos de planificación de la empresa Burger Holic ubicada en Valencia, Edo. Carabobo, con el fin de determinar cuáles son los problemas administrativos que posee dicha empresa y como solventarlos. En esta investigación se utilizarán un conjunto de métodos y técnicas estratégicas que ayuden a mejorar la planificación de la empresa Burger Holic.

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación está basada y fundamentada en los denominados proyectos factibles, que de acuerdo a Arias (2016:134), señala: “que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de un investigación que demuestre su factibilidad o posibilidad de relación”, ya que está orientado a buscar una solución viable al problema expuesto, por lo tanto, se diseñarán lineamientos para proceso de plan estratégico administrativo de la EMPRESA BURGER HOLIC.

Según el carácter y la temática de dicho trabajo, esta será una investigación de tipo descriptiva, en donde se aborda un hecho o fenómeno que se da de manera natural en una sociedad para conocer sus aspectos fundamentales, característicos y las relaciones que se dan en torno a la investigación.

Según Arias (2012), define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su

estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican a un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se requiere.

3.2. Diseño de la Investigación

Para desarrollar la presente investigación, se diseñará un proyecto factible, la cual la UPEL (1998) define el proyecto factible como un estudio “que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (p.7). La propuesta que lo define puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos, que sólo tienen sentido en el ámbito de sus necesidades.

En este orden de ideas, se empleara un tipo de investigación de proyecto factible para elaborar y/o diseñar un plan estratégico que solucione los problemas de planificación que posee la empresa Burger Holic ubicada en Valencia, Carabobo.

3.3. Fases de la investigación:

Fase I: Diagnostico de la situación actual de la planificación de la empresa Burger Holic en Valencia, estado Carabobo. Para llevar a cabo esta fase, primeramente, se requiere establecer la población y muestra de estudio. De acuerdo a Tamayo (2017:114), expresa que la: “población es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica en común, la cual se estudia y dan origen a los datos de la investigación” y la muestra Sabino (2012:122), señala que: “una muestra, en un sentido amplio, no es más que una parte de ese todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”. En este contexto, la población estará conformada por cuatros (4) trabajadores y cada uno realiza diversas labores.

Seguidamente, se realizara una encuesta como instrumento de recolección de datos, la cual estará apoyada de un cuestionario como instrumento, comprendido por

15 preguntas de respuestas politómicas y dicotómicas. Según Méndez (2011:146), con respecto a la encuesta, expresa ser una herramienta que: “permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación”. Por otra parte, Tamayo (2017:181), señala que el cuestionario “es un instrumento consistente en una serie de preguntas a las que contesta el mismo respondedor”.

Los resultados obtenidos serán analizados a través de la técnica de la estadística descriptiva, cuya tarea según Hernández, Fernández y Baptista (2014:343), la definen como: “es describir los datos, valores o puntuaciones obtenidas para cada variable”, por lo tanto, los resultados obtenidos fueron tabulados, graficados, analizados e interpretados, a fin de realizar el diagnóstico real de los procesos administrativo de la empresa para planes estratégicos.

Fase II: Análisis de las fortalezas y debilidades que posee la empresa Burger Holic para mantenerse operativa. En esta fase, una vez obtenidos los resultados se procedió a la identificación de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, se realizara un estudio de la situación interna y externa que pudiera afectar o favorecer el desarrollo de estrategias eficientes, que permita el aumento de las ventas en la empresa en estudio. Para los efectos del beneficio de este objetivo, se realizara una matriz DOFA, a partir del análisis interno (enfocando el Perfil de Capacidad Interna de la Compañía para definir debilidades y fortalezas de la el proceso de la empresa), y externo (a través del examen del medio y del perfil de oportunidades y amenazas en el medio para identificar amenazas y oportunidades de la empresa).

Mediante uso de este instrumento se obtendrá información de relevancia sobre el entorno interno y externo de la empresa, así mismo mostrar los factores de impacto que perturban al negocio, de mayor a menor grado de importancia, suministrando de esta manera, procedencia a los puntos más críticos a los cuales se abordaron, para la

formulación del plan estratégico para incrementar la participación en el mercado regional de la empresa.

En esta fase, se realizara un análisis minucioso de las fortalezas y debilidades mediante la aplicación de una matriz DOFA, de esta manera, se podrá conocer de mejor forma las características de la organización para realizar una estrategia administrativa que puedan solventar los problemas de gestión.

Fase III: Diseño de un plan administrativo con la finalidad de mejorar la planificación de la empresa de comida rápida Burger Holic en Valencia, estado Carabobo. Una vez concluida la fase II, se podrá conocer la viabilidad de la investigación, y de serlo, se tomaran los datos del estudio realizado para comenzar a desarrollar las estrategias necesarias para mejorar la gestión administrativa de la empresa, específicamente en su planeación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Fase I: Diagnosticar la situación actual de la empresa Burger Holic, en cuanto su proceso de Planificación y su impacto en las metas organizacionales, en tiempos emergencia de la pandemia mundial Covid 19, a través de la implementación de herramientas de recolección de información.

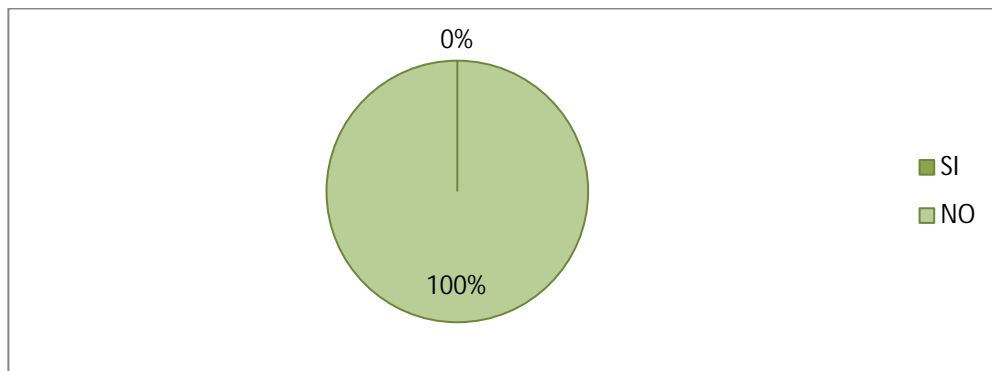
1. ¿Tiene Ud. Conocimiento de los planes que se preparan en la Empresa??

Cuadro N^o1. Conocimiento de Planes

	SI	NO	Total
Sujetos	0	4	4
Porcentaje	0%	100%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^o1. Conocimientos de Planes



Fuente: Gallo y Ayala

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados se inclinan en el no, los trabajadores de la empresa desconoce en su totalidad los planes que prepara la organización para lograr las metas. Con una representación cuantitativa del 100% lo que confirma la preocupante situación donde se valida que las estrategias empleadas para dar a conocer los objetivos trazados por la organización.

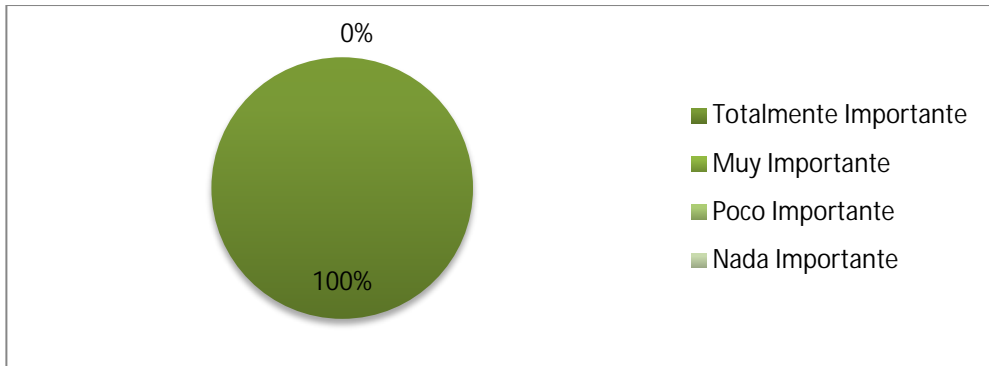
2. ¿Qué Importancia le concede Ud. a la planeación en su empresa?

Cuadro N^o1. Importancia de la Planeación

	Totalmente Importante	Muy Importante	Poco Importante	Nada Importante	Total
Sujetos	4	0	0	0	4
Porcentaje	100%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^o 2. Importancia de la Planeación



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen referencia que es importante la planeación para el desarrollo de las estrategias gerenciales. La representación cuantitativa es del 100%, cuando se consolidan estos resultados se evidencia que dentro de la variable conocimiento que conforma el cono de importancia para la planeación, este resultado representa una oportunidad para la comercializadora, quien debe utilizar esta variable como un argumento poderoso ante sus clientes internos quienes pueden utilizar esta premisa para potenciar sus ventas.

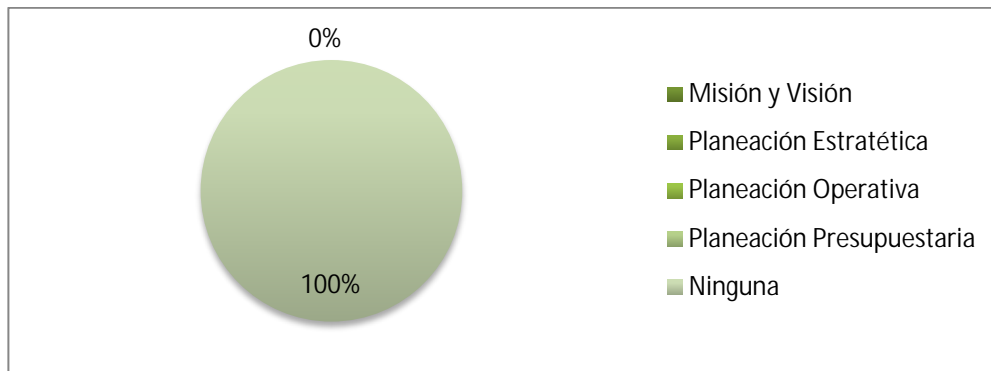
3. ¿Conoces que tipo de planeación elabora su empresa?

Cuadro N^a 3. Elaboración de Planeación

	Misión y Visión	Planeación Estratégica	Planeación Operativa	Planeación Presupuestaria	Ninguna	Total
Sujetos	0	0	0	0	4	4
Porcentaje	0%	0%	0%	0%	100%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 3. Elaboración de Planeación



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

Esta gráfica representa de manera ilustrativa que unos que los trabajadores desconocen la relevancia al momento de tomar la decisión para la planeación estratégica de la empresa, con un representación cuantitativa de 100% esto se debe a que la el gerente de la organización no hace participativo el proceso de toma decisiones y metas alcanzar por la organización.

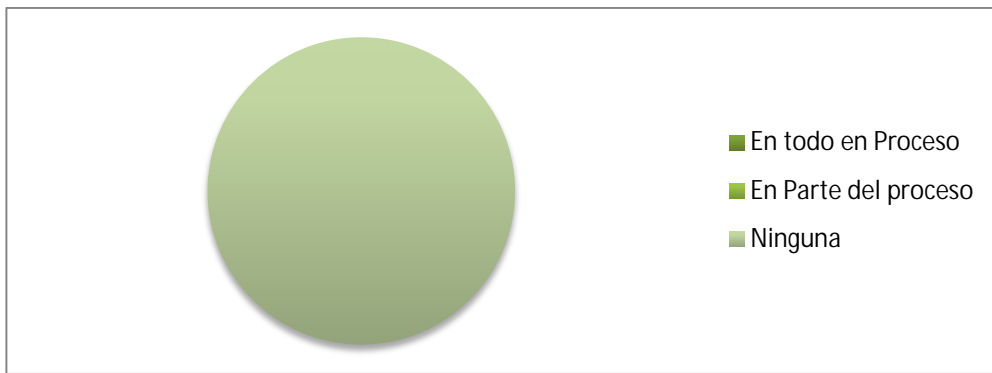
4. ¿Cuál es su participación en el proceso de planeación?

Cuadro N^a 4. Participación en el Proceso

	En todo el Proceso	En parte del Proceso	Ninguna	Total
Sujetos	0	0	4	4
Porcentaje	0%	0%	100%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 4. Participación en el Proceso



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

Esta gráfica representa de manera ilustrativa que unos que los trabajadores que no tiene ningún tipo de participación en el proceso de toma decisiones y planificación de las metas y objetivos para la planeación estratégica de la empresa, con un representación cuantitativa de 100% esto se debe a que la el gerente de la organización no hace participativo el proceso de toma decisiones y metas alcanzar por la organización.

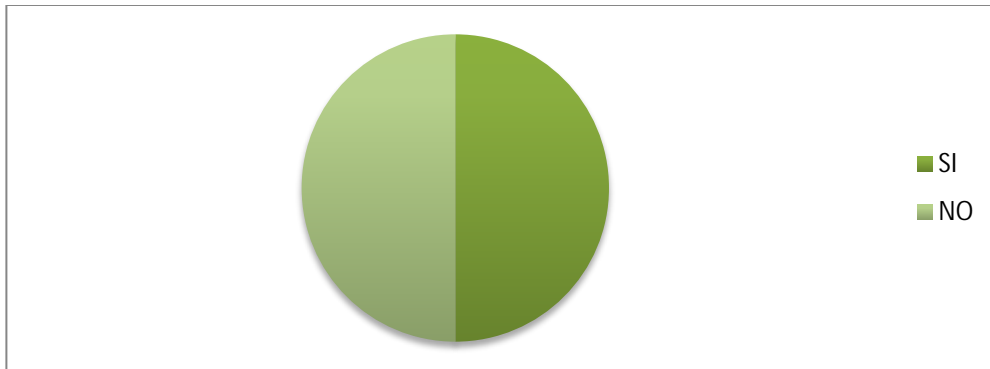
5. ¿Conoce el organigrama de la empresa?

Cuadro N° 5. Organigrama de la Empresa

	SI	NO	Total
Sujetos	2	2	4
Porcentaje	50%	50%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N° 5. Organigrama de la Empresa



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen con una representación cuantitativa del 50%; lo que Si conocen el organigrama de la organización, mientras que con una brecha de la mitad se ubica la segunda mención con un porcentual de 50% el cual hace referencia a que no conocen el organigrama de la organización. En este caso se evidencia que dentro de la organización hay una falta de organización dentro del departamento de Talento Humanos.

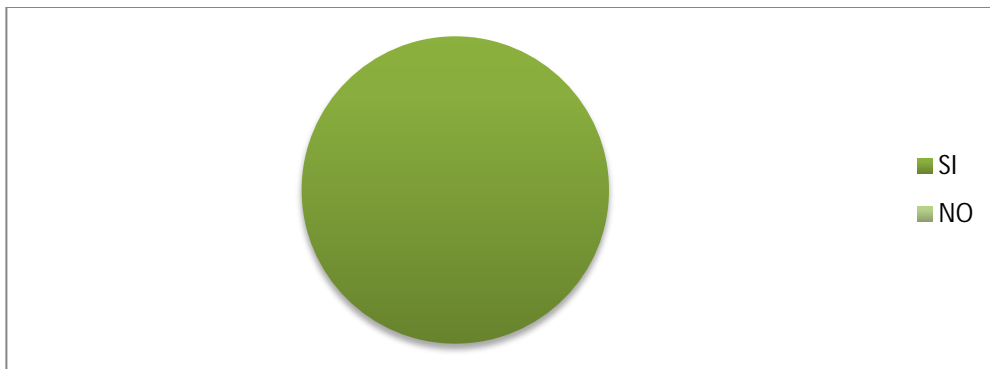
6. ¿Considera que sus actividades laborales están correctamente definida?

Cuadro N^a 6. Actividades Laborales

	SI	NO	Total
Sujetos	4	0	4
Porcentaje	100%	0%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Gráfico N^a 6. Actividades Laborales



Fuente: Gallo y Alaya (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen referencia que si conocen sus actividades o tareas de manera bien definida, con una representación cuantitativa del 100%. En este caso se evidencia que dentro de la organización están bien definidas las actividades de los trabajadores.

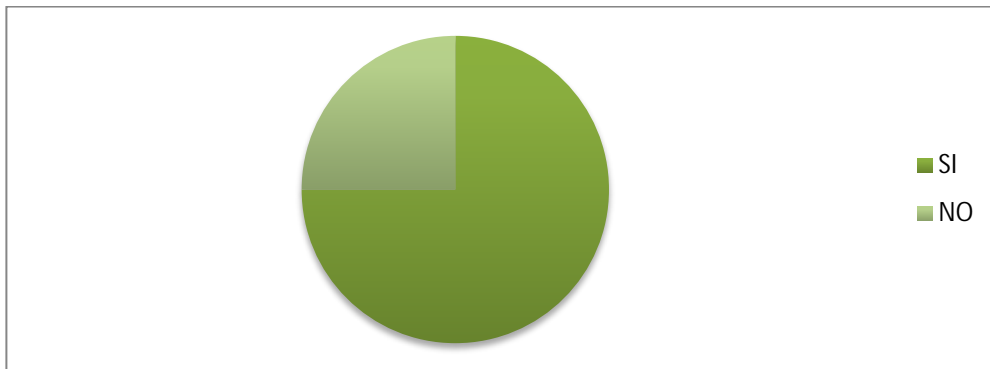
7. ¿Cree usted que el área de trabajo donde está ubicada, es la más adecuada?

Cuadro N^a 7. Ubicación de Área Laboral

	SI	NO	Total
Sujetos	3	1	4
Porcentaje	75%	25%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 7. Ubicación de Área Laboral



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados se inclinan en el sí están bien ubicada en su área laboral, con una representación cuantitativa del 75% lo que confirma la preocupación del Departamento de Recursos Humanos luego del análisis realizado, donde se valida que las estrategias empleadas para dar a conocer las actividades y tareas dieron los resultados esperados. Sin embargo, la segunda mención considerada que no conoce de manera bien definida sus actividades y tareas, tiene una representación cuantitativa del 25%.

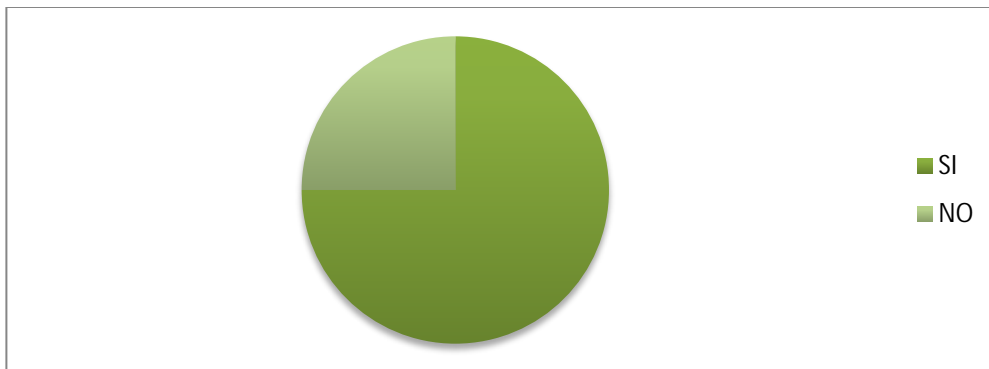
8. ¿Cree usted que los Niveles Jerarquía de la empresa están bien definidas?

Cuadro N^a 8. Niveles de Jerarquía

	SI	NO	Total
Sujetos	3	1	4
Porcentaje	75%	25%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 8. Niveles de Jerarquía



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados se inclinan en el sí están bien ubicada los niveles jerárquico, con una representación cuantitativa del 75% lo que confirma la preocupación del Departamento de Recursos Humanos luego del análisis realizado, donde se valida que las estrategias empleadas para dar a conocer los niveles jerárquico dieron los resultados esperados. Sin embargo, la segunda mención considerada que no están bien ubicadas los niveles, tiene una representación cuantitativa del 25%.

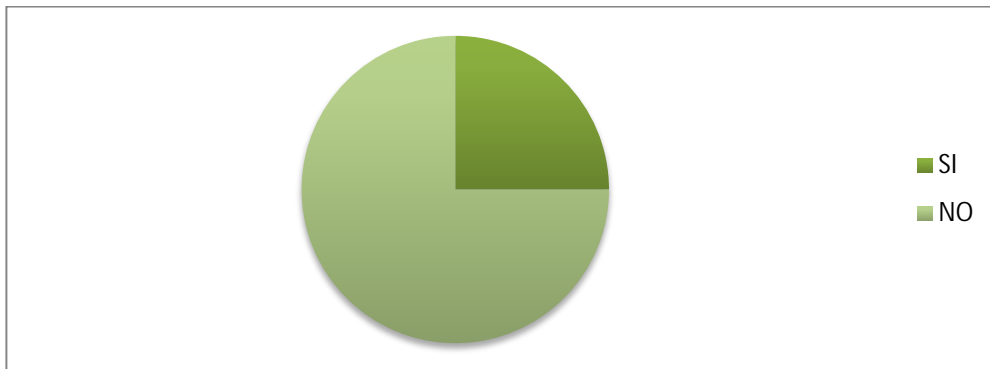
9. ¿Considera el grado de coordinación de sus compañeros de trabajos?

Cuadro N^o 9. Coordinación de Trabajo

	SI	NO	Total
Sujetos	1	3	4
Porcentaje	25%	75%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^o 9. Coordinación de Trabajo



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

Esta gráfica representa de manera ilustrativa que los trabajadores no reconocen la coordinación por parte de sus compañeros al momento de tomar la decisión, con un representación cuantitativa del 75% esto se debe a que la falta de liderazgo por parte los superior, por otra parte un parte de los trabajadores expresa que si cuenta con cualidades de coordinadores representando por un 25%.

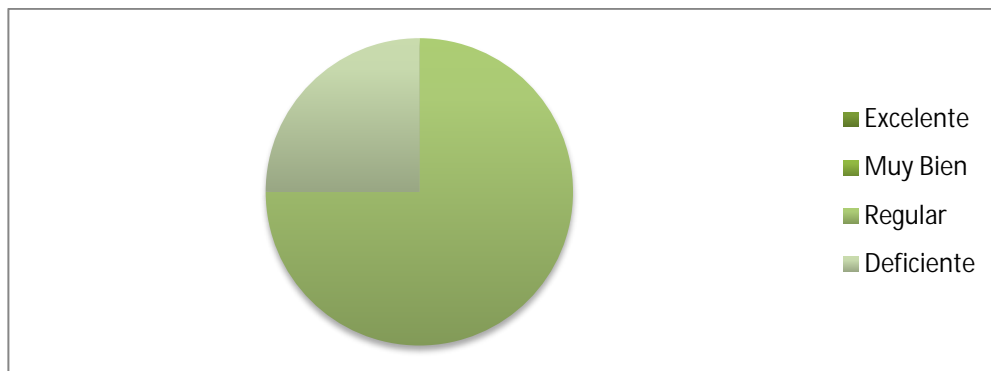
10. ¿Cómo considera la comunicación en la empresa?

Cuadro N^a 10. Comunicación en la Empresa

	Excelente	Muy Buena	Regular	Deficiente	Total
Sujetos	0	0	3	1	4
Porcentaje	0%	0%	75%	25%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 10. Comunicación en la Empresa



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen énfasis que la relaciones comunicacionales son regulares acción que genera el deseo que lo trabajadores no quieran realizar sus labores con los mejores deseo, con una representación cuantitativa del 75%; lo que se traduce que este sería el concepto comunicacional, estratégico y operacional que se debe manejar como estrategia para generar deseo de mejorar la relaciones interpersonales, muy de cerca con un brecha mínima se ubica la segunda mención con un porcentual de 25% el cual hace referencia a que la relaciones son déficits.

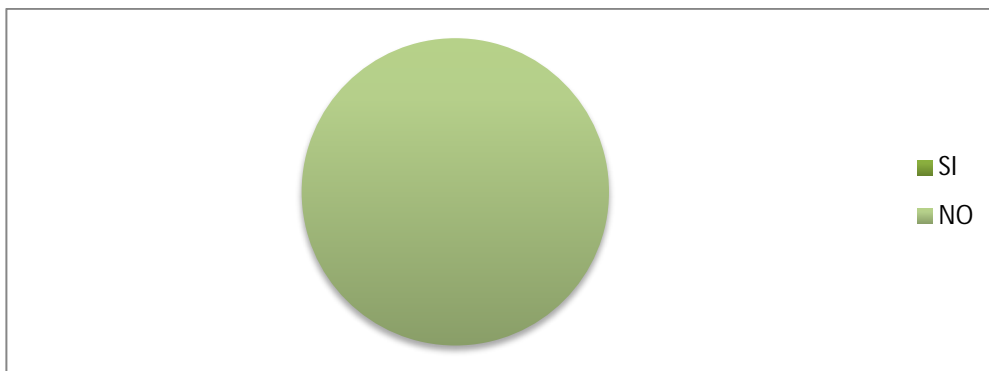
11. ¿Se siente motivado a colaborar con la empresa?

Cuadro N^a 11. Motivación a Colaborar

	SI	NO	Total
Sujetos	0	4	4
Porcentaje	0%	100%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 11. Motivación a Colaborar



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen énfasis que la motivación por parte de la organización es déficit generando el deseo que lo trabajadores no quieran realizar sus labores y no crean sentido de pertenencia, con una representación cuantitativa del 100%; lo que se traduce que este sería el concepto comunicacional, estratégico y operacional que se debe manejar como estrategia para generar deseo de mejorar la relaciones organizacionales.

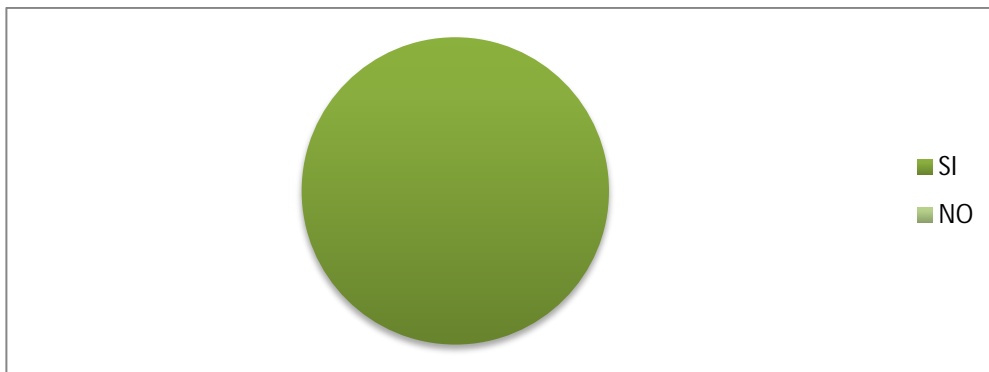
12. ¿Considera usted que deberían mejorar la política motivacional de la empresa?

Cuadro N^o 12. Mejoramiento de la Política Comunicacionales

	SI	NO	Total
Sujetos	4	0	4
Porcentaje	100%	0%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^o 12. Mejoramiento de la Política Comunicacionales



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

Esta gráfica representa de manera ilustrativa que los trabajadores sí reconocen la necesidad de nuevas políticas motivacionales por parte de su gerente a modo de crecimiento personal, con un representación cuantitativa del 100% esto se debe a que la falta de liderazgo por parte los superior.

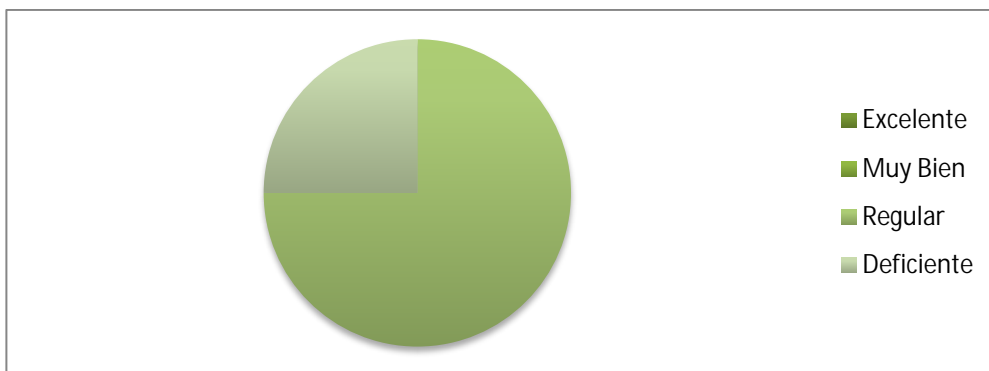
13. ¿Cómo Valora el Nivel de Decisión de su jefe inmediato?

Cuadro N^o 13. Comunicación en la Empresa

	Excelente	Muy Buena	Regular	Deficiente	Total
Sujetos	0	0	3	1	4
Porcentaje	0%	0%	75%	25%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^o 13. Comunicación en la Empresa



Fuente: Gallo y Alaya (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen énfasis que los niveles de decisión es regular acción que genera el deseo que lo trabajadores no quieran realizar sus labores con los mejores deseo, con una representación cuantitativa del 75%; lo que se traduce que este sería el concepto comunicacional, estratégico y operacional que se debe manejar como estrategia para generar deseo de mejorar la relaciones interpersonales, muy de cerca con un brecha mínima se ubica la segunda mención con un porcentual de 25% el cual hace referencia a que la relaciones son déficits.

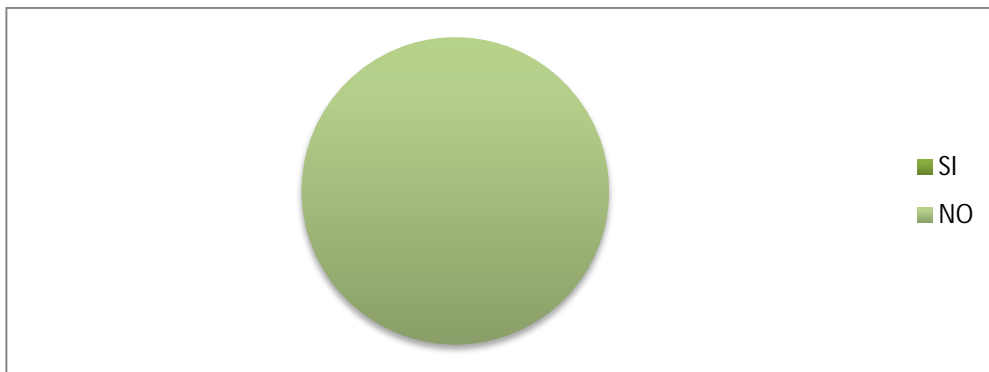
14. ¿Se dan a conocer los planes estratégicos de la empresa?

Cuadro N° 14. Comunicación en la Empresa

	SI	NO	Total
Sujetos	0	4	4
Porcentaje	0%	100%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N° 14. Comunicación en la Empresa



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen énfasis que no se dan a conocer los planes estratégicos por parte del gerente, jefe inmediato o coordinadores de decisión que genera el incumplimiento de las metas y objetivos de las organización, con una representación cuantitativa del 100%.

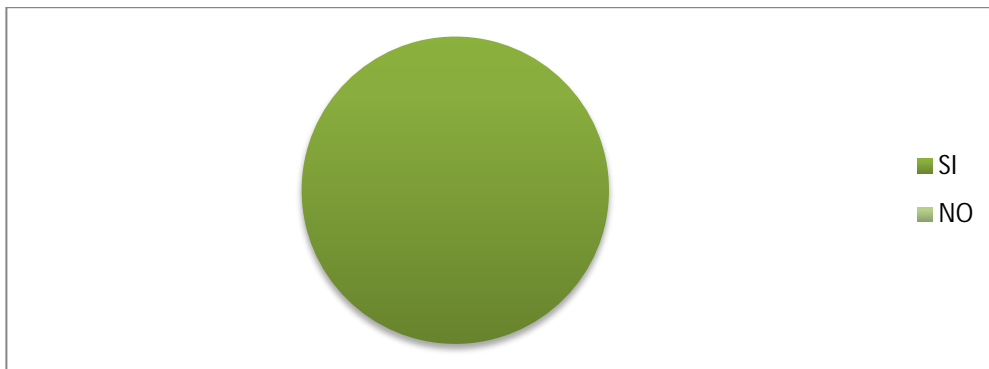
15. ¿Considera usted que es de gran importancia la toma de decisiones para los proceso administrativo de la empresa?

Cuadro N^a 15. Comunicación en la Empresa

	SI	NO	Total
Sujetos	4	0	4
Porcentaje	100%	0%	100%

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Grafico N^a 15. Comunicación en la Empresa



Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados hacen énfasis que si es necesario dar a conocer los planes estratégicos por parte del gerente, jefe inmediato o coordinadores, esta decisión que genera el cumplimiento de las metas y objetivos de la organización, con una representación cuantitativa del 100%.

Fase II: Analizar las fortalezas y debilidades del proceso de Planificación en la empresa Burger Holic, a través de la aplicación de una matriz FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Calidad del Producto -Fabricado por una marca reconocida y de gran posicionamiento en el mercado nacional -Cuenta con canales de distribución y comercialización dentro de la región. -Alta disponibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento constante de la demanda del producto. -Poca fidelidad de parte de los clientes por una marca en específico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -No cuenta con estrategias de planificación. -Falta de liderazgo en el personal directivo. - No dan a conocer a su personal metas y objetivos. - No crean cultura organización para el logro de objetivos. -La comunicación interpersonal es muy déficit. 	<ul style="list-style-type: none"> -El ambiente político y social del país. -Entrada de nuevos competidores. -Posicionamiento de otras organizaciones reconocidas dentro del mercado de comida rápida. -Situación económica del país, alta inflación.

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

Análisis de Matriz DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>-Crecimiento constante de la demanda del producto.</p> <p>-Poca fidelidad de parte de los clientes por una marca en específico.</p>	<p>-El ambiente político y social del país.</p> <p>-Entrada de nuevos competidores.</p> <p>-Posicionamiento de otras organizaciones reconocidas dentro del mercado de comida rápida.</p> <p>-Situación económica del país, alta inflación.</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>-Calidad del Producto.</p> <p>-Fabricado por una marca reconocida y de gran posicionamiento en el mercado nacional.</p> <p>-Cuenta con canales de distribución y comercialización dentro de la región.</p> <p>-Alta disponibilidad.</p>	<p>-Estrategias de fidelización como otorgamiento de tarifas especiales, descuentos u otras condiciones ventajosas para lograr la construcción de buenas relaciones con los clientes.</p>	<p>-Adquirir un sistema administrativo para el registro de los inventarios.</p> <p>- Realización de tomas física periódica y mensual.</p> <p>- Capacitar al personal para el registro contable y el manejo de inventario</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>-No cuenta con e</p> <p>-Falta de liderazgo en el personal directivo.</p> <p>- No dan a conocer a su personal metas y objetivos.</p> <p>- No crean cultura organización para el logro de objetivos.</p> <p>-La comunicación interpersonal es muy déficit.</p>	<p>-Promociones al momento de pagar de contado otorgando hasta un 10% de descuento.</p> <p>-Lograr una buena relación con los clientes mediante la fidelización para así posicionarse en la mente del consumidor.</p>	<p>-Ofrecer un precio accesible, manteniendo los estándares de calidad al máximo y así llamar la atención del cliente.</p> <p>-Ofrecer promociones por paquete, Ej: si llevas cuatro amortiguadores te llevas uno de obsequio.</p>

Fuente: Gallo y Ayala (2021).

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Presentación de la Propuesta

Este trabajo de investigación tiene como finalidad la aplicación un plan estratégico para el proceso de planificación y su impacto en las metas organizacionales de la empresa BURGER HOLIC, de la ciudad de Valencia, Estado Carabobo, puesto que la misma no posee una planeación estratégicas para alcanzar sus metas y objetivos, esto se pretende lograr mediante la promoción organizacional y la aplicación de distintas estrategias que más adelante serán explicadas detalladamente.

Justificación de la Propuesta

La presente propuesta se realiza partiendo de los resultados, derivados del registro y procesamiento de los datos obtenidos a través del instrumento de la encuesta aplicada a los trabajadores de BURGER HOLIC en Valencia, Edo Carabobo, lo cual revelo la necesidad que tiene dicha empresa de formular un plan estratégico que permita desarrollar estrategias de mercado, por lo tanto la propuesta que se presenta arrojará beneficios tanto para el medio interno como el medio externo; ya que por una parte permitirá a la empresa, anticiparse a la satisfacción de los nuevos consumidores y por otra parte, alcanzar una mejor rentabilidad traduciéndose en beneficios para los trabajadores y clientes.

Posteriormente a las estrategias aquí planteadas, y una vez puestas en marcha permitirán evaluar sus resultados, aportándole información sobre los indicadores del grado de calidad de servicio tomando en cuenta su planeación, el comité ejecutivo de la empresa, de manera que se puedan realizar los ajustes a que haya lugar, de manera oportuna.

Objetivos de la Propuesta Objetivo General

- Diseñar un plan estratégico para empresa BURGER HOLIC, que contribuya a incrementar sus ventas en el mercado, proyectada en sus metas, rentabilidad y satisfacción de los clientes.

Objetivos Específicos

- Establecer la planificación Estrategias de fidelización como otorgamiento de tarifas especiales, descuentos u otras condiciones ventajosas para lograr la construcción de buenas relaciones con los clientes.
- Adquirir un sistema administrativo para el registro de los inventarios.
- Realización de tomas física periódica y mensual.
- Capacitar al personal para el registro contable y el manejo de inventario.

Análisis de la Factibilidad Técnica

Desde el punto de vista técnico, este proyecto se considera factible, ya que la empresa a la cual se realizó el estudio, cuenta con todos los equipos técnicos y tecnológicos necesarios para la aplicación de la propuesta, así como su disposición inmediata al momento de requerirlos.

Factibilidad Operativa

Operativamente el trabajo se considera factible, ya que la organización cuenta con los recursos humanos necesarios para la ejecución de la propuesta planteada, puntualizando una mayor responsabilidad en el personal que la desarrolla y aplica, como los empleados que laboran en el Departamento de Mercadeo y Ventas y en el Departamento de Distribución y Logística.

Factibilidad Económica

Desde el punto de vista económico, la propuesta planteada se considera factible, debido a que se cumplen los diferentes requerimientos necesarios para su posible aplicación. La empresa posee la capacidad de suministrar y cubrir los costos, en el momento oportuno, pudiéndose aplicar desde el año en curso, o en el caso contrario adicionarlo al presupuesto del año próximo.

Beneficios de la Propuesta

La presente propuesta beneficiará a la empresa BURGER HOLIC, debido a que podrá hacerla más eficiente y eficaz, utilizando para tal fin lineamientos contables, ya que le permitirá optimizar el manejo de los inventarios, de manera que se haga efectivo el registro continuo de los movimientos de inventarios, tanto sus entradas como salidas, manteniendo un conteo continuo, que garantice la eficiencia de la administración de sus inventarios, evitando diferencias entre la toma física y los reportes teóricos, permitiendo además, que el personal de la empresa optimice su desempeño laboral en pro del logro de los objetivos organizacionales.

Asimismo, la presente propuesta, representa un medio de controlar el desempeño de la práctica empresarial, dando seguridad razonable a la alta gerencia de alcanzar metas, objetivos previstos, dentro de un enfoque de excelencia, siendo más efectivas y competitivas, garantizando satisfacer las necesidades de sus clientes, y logrando su permanencia en el tiempo.

Por otro lado, sirve a otras empresas en el ramo, con problemática similar la cual podrá adaptar los lineamientos propuestos a sus propias necesidades de manera que puedan mantenerse en el mercado y brindar su aporte en el sector económico del país. Por una parte, en el ámbito de mercadeo los clientes logran un ahorro con respecto al precio regular del producto, lo cual incentiva las ventas; y por otra parte incrementa la rotación de mercancía en la empresa, lo cual se traduce en ganancias. El otorgamiento de tarifas especiales, descuentos, obsequios y condiciones ventajosas en la compra del producto, y finalmente el crecimiento del personal y las

comunicaciones interpersonales logra que el personal se sienta más comprometido con la organización. Finalmente, beneficiará a los autores quienes podrán poner en práctica sus conocimientos académicos contables, en el campo laboral, para su desarrollo profesional.

Desarrollo de la Propuesta

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos se determinó que el medio más acertado para incentivar e impulsar las metas es son reuniones periódicas, donde se le ha conocer a los trabajadores los objetivos trazados, la cual debe ser aplicada a corto plazo para lograr una mayor efectividad

Estrategia Integrativa

Objetivo 1. Establecer la planificación Estrategias de fidelización como otorgamiento de tarifas especiales, descuentos u otras condiciones ventajosas para lograr la construcción de buenas relaciones con los clientes.

Esta herramienta debe ser utilizada por la empresa BURGER HOLIC con el propósito de estimular al personal de dicha empresa, esto permitiría ampliar las ventas en las épocas de recesión y atacar la competencia. En tal sentido, se deben realizar promociones de manera periódica y de igual forma evaluar los resultados. Entre las promociones idóneas para la empresa antes mencionada, se puede señalar:

•**Obsequios:** El plazo establecido para utilizar este sistema es de 3 meses. Sera definidos de la siguiente manera:

-Por la compra de 2 hamburguesas, se le obsequiará al cliente 1 hamburguesas adicionales.

-Por la compra de 3 hamburguesas, se le obsequiara al cliente 2 hamburguesas adicionales.

•**Reuniones Estratégicas:** Con un plazo establecido de 6 meses.

-Realizar reuniones con el personal donde se le establezca cuales son las metas alcanzar por la organización.

•**Talleres:** Con un plazo establecido de 8 meses.

-Realizar taller donde se fomente los valores institucionales, relaciones institucionales, crecimiento personal, entre otros.

Objetivo# 2: Adquirir un sistema administrativo para el registro de los inventarios.

Para lograr un registro continuo de los movimientos de inventarios, la empresa requiere de la adquisición de un sistema administrativo, que le permita mantener una actualización de la información de manera continua tanto de sus entradas como de sus salidas, además que permita simplificar la facturación con mayor rapidez, para este fin se propone la adquisición del sistema SAP, el cual es de fácil manejo y que permite mantener un registro de los ingresos de las existencias y sus costos, manteniendo un sistema de ingresar los costos reales y poder emitir reportes con el costo de la mercancía vendida y determinar la rentabilidad que sus operaciones genera. Se podrá emitir reportes, para determinar las existencias reales que respalden los estados financieros, permitiendo conocer el valor de sus inversiones en inventarios.

Por otro lado, el sistema permitirá descontar la mercancía al momento que sea emitida la factura, de manera que se minimice el error humano en cuanto a los registros de salida. Los ingresos se realizarán manualmente, y se podrá emitir reportes para cotejar los registros y garantizar la veracidad y exactitud de la información para la elaboración de los estados financieros y planificar sus reposiciones.

La empresa que suministra el sistema administrativo, proporciona la capacitación para su uso. Otra ventaja que tiene el sistema administrativo, es que le proporcionará llevar los registros tanto de los libros de compra y venta, nómina, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, además de bancos, significando una inversión que permitirá a la empresa mantener una información contable más efectiva para elaborar sus estados financieros. Una vez adquirido el sistema administrativo se procederá a establecer lo siguiente:

- Se deberá realizar un conteo físico sobre toda la mercancía que se encuentra en el almacén, indicando modelo, tipo, marca código, e identificación de la mercancía.
- Se procederá a revisar las facturas de compra de la más reciente a las más antiguas, para obtener información del costo de la mercancía, donde se debe incluir los gastos de fletes por concepto de compra.
- Se cargará la información de cada producto indicando su modelo, tipo, marca, código, descripción y costo de la mercancía.
- Se emitirá un reporte de los registros efectuados y se cotejará con la información origen, para garantizar que los datos hayan sido ingresados correctamente.
- Toda mercancía que egrese deberá ser debidamente emitida su factura para su control.
- Toda devolución deberá generar la respectiva nota de crédito para generar el ingreso de la mercancía al almacén, contablemente.
- Toda la documentación origen deberá ser debidamente archivada, tanto las facturas de compra como las de venta.
- Se deberá solicitar a la imprenta para poder diseñar un formato de factura para su impresión, en forma continua, a través del sistema administrativo

Item	Cant	Descripción	Total \$
1	1	<p>Diseño, fabricación, suministro/compra e instalación de un Stand modulado desarrollado en madera, MDF, masillado y lijado. Consta de: - Mueble base central.- Mueble base para láminas informativas rotuladas.- Cenefa superior para Luz Dicroica.- Piso base.</p> <p>Elaboración de Logotipo de la ORGANIZACIÓN.</p> <p>Ambientación de Stand: Alquiler de Stand de 2 TV tipo LCD, de 26", con sistema de sonido Home Theater. Suministro e instalación de alfombra pelo corto.</p> <p>Alquiler de Mobiliario compuesto de 2 mesas altas, tipo Bar, más 6 sillas de aluminio tipo Bar, para Atención al Público.</p> <p>Servicio de Logística, montaje, supervisión de Evento durante los 5 días de Jornadas.</p>	400\$
2	2	Gerente Estratégico o especialista donde se dicte talleres sobre planeación y metas, por 5 días x 20 horas en total.	80\$
3	2	Pendones con Porta pendón, impreso en alta resolución a full color, medida 0,90 x 1,50mts.	7\$
4	1.000	Trípticos, tamaño 36cms x 24cms. (Abierto), impreso a full color tiro y retiro, en glase 250grs, con desprendible y numerados.	15\$
5	300	Bolsas ecológicas, con asa, tipo Bolso, elaborada en tela ecológica, color negra con blanco y rojo. Medida: 29cms de ancho x 40cms de alto.	50\$

Fuente: Gallo y Ayala (2021)

Objetivo # 3: Realización de tomas física periódica y mensual.

Este objetivo busca que se realicen una toma física periódica y mensual de las existencias, para minimizar los riesgos que surjan diferencias de inventarios, para ello se establecerá que el encargado de almacén realice conteos diarios de la mercancía que tuvo movimiento en el día, utilizando el formato de salidas de inventarios, para verificación de la información, esto deberá realizarlo al finalizar el proceso de despacho diario antes de finalizar la jornada laboral.

Semanalmente, el asistente administrativo procederá a emitir un reporte de las existencias y procederá a efectuar un conteo aleatorio de algunos productos para verificar que no existan diferencias en los inventarios. Finalmente, una vez al mes dentro de los tres (3) primeros días se procederá a realizar un conteo general de los inventarios. En el coteo participará el dueño, el encargado del almacén y el asistente administrativo, se emitirá un reporte de las existencias.

Se emitirá una planilla que contenga todos los artículos para colocar manualmente las cantidades contadas al momento de efectuar la toma física. Posteriormente, se procederá a cotejar las cantidades contadas con los reportes físicos, de manera que se pueda validar las existencias, y en el caso que existan diferencias se respaldará la información con los formatos de entrada y salidas de mercancía para determinar el motivo de la diferencia y poder aclararlas, en el periodo en que hayan surgido. Se procederá a archivar los resultados de la toma física.

Objetivo # 4: Capacitación del personal para el registro contable y el manejo de inventario.

Este objetivo tiene consiste en planificar la capacitación del personal para el registro contable y el manejo de los inventarios, de manera que se logre la eficiencia y eficacia en el tratamiento de los inventarios, de forma tal que se lleve un adecuado registro continuo, se usen los formatos, y se realicen conteos periódicos de la

mercancía desde su recepción hasta su despacho, para garantizar que las existencias reales concuerden con los reportes teóricos y que los informes emitidos puedan ser veraces y confiables para apoyar la toma de decisiones, planificar las reposiciones y elaborar los estados financieros.

Para tal fin, se presentarán un taller de 8 horas (2 sesiones de 4 horas cada uno), en el cual se detallarán los lineamientos propuestos, la elaboración de los formatos, se reflejará la importancia de los registros continuos de la información, la toma física diaria, semanal y mensual, para garantizar la exactitud de las cantidades de existencias, control de los niveles de inventario para evitar el desabastecimiento, así como inventarios ociosos. El archivo y conservación de la documentación, y la importancia que tiene cada miembro en los registros y manejo de los inventarios.

Asimismo, el asistente administrativo y el dueño de la empresa recibirán una inducción por parte del técnico representante de la empresa que suministrará el sistema administrativo SAP, para el registro de los inventarios, emisión de facturas, emisión de reportes, consulta de información y correcciones de los inventarios. Esto último solo podrá tener acceso el dueño de la empresa (gerente) quien podrá realizar los ajustes en caso de diferencias de inventarios después de agotadas las acciones para su conciliación. El tiempo estimado es de 3 sesiones de 4 horas cada una.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión

Al diagnosticar la situación actual de la empresa BURGER HOLIC a través de la encuesta realizada a sus trabajadores, se logró determinar la falta de implementación de estrategias, es por esto que se hace referencia a una propuesta del plan estratégico para crear estrategias administrativa que sirva de soporte para lograr las metas de la empresa antes mencionada, se observó la necesidad de proponer una serie de estrategias con la finalidad de establecer bases que permitan el logro del objetivo general, y así mismo trabajar en función a los objetivos específicos.

Para la obtención de información se aplicó una encuesta a los trabajadores de la empresa con la intención de indagar con más exactitud sobre la situación actual de la BURGER HOLIC, de la cual se obtuvo como resultado que hay deficiencias en lo relacionado a estrategias e interpersonales, algo indispensable para el posicionamiento en el mercado y el logro de los objetivos.

Para el desarrollo del plan estratégico, cuyo procedimiento de elaboración se basó en la promoción y participación del personal que hace vida en la organización, fue posible determinar el tipo de estrategias que se debe implementar y en qué tiempo, a través de un cronograma en el cual se visualiza de manera sistemática y organizada, las actividades a realizar, sus costos y recursos.

Recomendaciones

De acuerdo con el estudio realizado en esta investigación, se recomienda a la empresa BURGER HOLIC, seguir las siguientes pautas:

- Implementar el plan promocional sugerido, con el fin de elevar los niveles de compromiso y dedicación.
- El plan promocional está diseñado para ejecutarse en un lapso de 8 meses, por lo que se recomienda aplicarlo una vez al año a fin de mantener resultados positivos.
- Agregar un atributo al producto estudiado, tales como garantía, tarjetas de descuentos, entre otros medios, con el fin de generar un valor agregado que lo distinga del resto de los de la competencia.
- Considerar el uso de nuevos medios publicitarios tales como la radio, ya que gran parte de la población hace uso de la misma y de esta forma sea más atractiva para los consumidores.
- Fortalecer las relaciones interpersonales entre los trabajadores.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.** (6ª Ed.). Caracas. Episteme C. A.
- Bautista, M. E. (2009). **Manual de Metodología de la Investigación.** (3ª Ed.) Caracas. TALITIP SRL.
- Chiavenato I. (2006). **Introducción a la Teoría General de la Administración.** (7ª Ed.). México. McGraw Hill.
- Chiavenato I. (2006). **Introducción a la Teoría General de la Administración.** (7ª Ed.). México. McGraw Hill.
- Decreto 6.215 (2008). **Decreto con rango, valor y fuerza de ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.999.** Agosto 21, 2008. [Ley Habilitante. Reimpresión].
- Francés, A. (2004). **Estrategia para la empresa en América Latina.** (1ª Ed.). Caracas. Ediciones IESA. Francés, A. (2006). **Estrategia y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral.** México. Ediciones Pearson Educación.
- Gitman, L. (1999). **Fundamentos de Administración Financiera.** (7ª Ed.). México. Industria Editorial Mexicana.
- Hernández S., R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). **Metodología de la Investigación.** (3ª Ed.). México. McGraw-Hill Interamericana S. A.
- Hernández S., R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). **Metodología de la Investigación.** (3ª Ed.). México. McGraw-Hill Interamericana S. A.

ANEXO



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA
CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA

Reciban un cordial saludo, gracias por tomarse 5 minutos de su tiempo para realizar este cuestionario. Para nosotros es de gran importancia su colaboración al llenar la presente entrevista de forma sincera y precisa. Por favor marque con una (x) la opción que usted considere correcta o especifique en el caso que lo requiera.

INTERROGANTES:	SI	NO
1. ¿Tiene Ud. Conocimiento de los planes que se preparan en la Empresa?		
2. ¿Qué Importancia le concede Ud. a la planeación en su empresa?	Totalmente importante____ Muy importante_____	Poco importante_____ Nada importante_____
3. ¿Conoces que tipo de planeación elabora su empresa?	Misión y visión____ Planeación Estratégicos_____	Planeación Operativa_____ Planeación de presupuesto _____
4. ¿Cuál es su participación en el proceso de planeación?	En todo el proceso_____ En parte del proceso_____	Ninguna _____
5. ¿Conoce el organigrama de la empresa?		
6. ¿Considera que sus actividades laborales están correctamente definida?		
7. ¿Cree usted que el área de trabajo donde está ubicada, es la		

más adecuada?		
8. ¿Cree usted que los Niveles Jerarquía de la empresa están bien definidas?		
9. ¿considera el grado de coordinación de sus compañeros de trabajos?	Excelente _____ Muy de acuerdo _____	En desacuerdo _____ Totalmente en desacuerdo _____
10. ¿Cómo considera la comunicación en la empresa?	Excelente ____ Muy buena _____	Regular _____ Deficiente _____
11. ¿Se siente motivado a colaborar con la empresa?		
12. ¿Considera usted que deberían mejorar la política motivacional de la empresa?		
13. ¿Cómo Valora el Nivel de Decisión de su jefe inmediato?	Excelente _____ Muy Buena _____	Regular _____ Deficiente _____
14. ¿Se dan a conocer los planes estratégicos de la empresa?		
15. ¿Considera usted que es de gran importancia la toma de decisiones para los proceso administrativo de la empresa?		