



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIOPÁEZ

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA
CREACIÓN DE UNA AGENCIA ONG
ENCARGADA DE LA CAPTACIÓN
DEL TALENTO HUMANO DE
VENEZUELA EN LOS PAÍSES DE
SURAMÉRICA**

Autores:
Chávez Pabón Melkian Paola
Pineda León Lisset del Carmen

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 MERCADEO
CARRERA MERCADEO

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA ONG
ENCARGADA DE LA CAPTACIÓN DEL TALENTO HUMANO DE
VENEZUELA EN LOS PAÍSES DE SURAMÉRICA.**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
Licenciado en Mercadeo

Autores:

Chávez Pabón Melkian Paola
Pineda León Lisset del Carmen
Tutor Académico
Chávez Marco

San Diego, Enero 2019

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios por su guía para lograr mi objetivo.

A mis padres por su infinito amor, entrega, trabajo y sacrificio por estos años gracias a su esfuerzo he logrado llegar aquí.

Melkian Chávez

DEDICATORIA

A Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida, y ser mi aliado para no decaer en el camino.

A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional a lo largo de todo este camino de estudio, siendo ellos una de mis principales motivaciones para lograr esta meta.

Lisset Pineda

AGRADECIMIENTO

A mis padres Alix y Melquiades por creer en mí.

A mis hermanos Andrea y Anthony que a pesar de la distancia estuvieron conmigo.

A Lisset pineda y su familia por ser una amiga incondicional y compañera de tesis.

A mi tutor Marco Chávez por su asesoría a lo largo de la tesis.

A mis amigos y familiares Luisana, Andrés, Daniela, Jorge por el impulso, el apoyo y motivación durante mi carrera.

A todos aquellos que me apoyaron en este proceso.

Melkian Chávez

AGRADECIMIENTO

A mis padres Carmen y Oscar por motivarme siempre a seguir adelante y hacerme la mujer que hoy en día soy.

A mis hermanos Oscar y Maryuri por sus consejos y creer en mi.

A Melkian Chávez, por ser mi amiga, mi hermana y mi compañera de tesis.

A mi tutor Marco Chávez por su gran colaboración y paciencia.

A unas de las mejores personas que me acompañaron a lo largo de mi carrera, Luisana Rey, Andrés Bencomo fueron de gran apoyo y me brindaron grandes momentos.

Y Aquellas todas esas personas que aportaron a mi carrera algo positivo.

Lisset Pineda

INDICE

	Pp
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
LISTA DE CUADROS.....	vi
LISTA DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN INFORMATIVO.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO	
EL PROBLEMA	
I	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. OBJETIVOS.....	18
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	18
II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.2. BASES TEÓRICAS.....	24
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	26
III	
MARCO METODOLOGICO	
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.4. FASES METODOLÓGICAS.....	29
RESULTADOS	
IV	
4.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	34
4.2. CONCLUSION DE LA ENCUESTA.....	46
4.3. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)	47
4.4. PERFIL DE CAPACIDADES INTERNAS (PCI).....	51

V	PROPUESTA	
	5.1 .PRESENTACION DE LA PROPUESTA	50
	5.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	53
	5.3. FACTIBILIDAD TECNICA	54
	5.4. FACTIBILIDAD ECONOMICA	55
	5.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	56
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
	Conclusiones.....	60
	Recomendaciones.....	61
	REFERENCIAS.....	63
	ANEXOS	
	Instrumento.....	64

LISTA DE CUADROS

N°		PP
1	Desarrollo del talento humano	34
2	El talento humano es una combinación de cómo somos al nacer y que aprendemos	35
3	Le gustaría pertenecer a ONG	36
4	el dinero que devenga un profesional de tu área cubre las necesidades básicas de un venezolano	37
5	la crisis económica que vive nuestro país, nos impulsa a pensar en la posibilidad de la migración	38
6	un proyecto de desarrollo profesional	39
7	en los actuales momentos es posible desarrollarse, como profesional, en el mundo del mercadeo	40
8	Conoce usted algún caso de profesionales de esta rama que haya logrado tener éxito en otro país	41
9	Consideras que tu perfil como egresado de esta universidad te ha formado en competencia técnicas y académicas	42
10	es momento para migrar fuera de Venezuela?	43
11	El éxito o fracaso de la migración depende de las capacidades de adaptación	44
12	Consideras que el venezolano dentro de la formación de su idiosincrasia, posee un carisma que lo proyecta hacia el éxito	45

LISTA DE FIGURAS

N°		PP
1	Pirámide de Maslow	25
2	Matriz DOFA	56



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA DE MERCADEO**

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA CREACION DE UNA AGENCIO ONG
ENCARGADA DE LA CAPTACION DEL TALENTO HUMANO DE
VENEZUELA EN LOS PAISES DE SERAMERICA**

Autores:

Chávez Melkian

Pineda Lisset

Tutor: Dr. Marco Chávez

Fecha: Enero 2019

RESUMEN INFORMATIVO

En la historia de la humanidad el ser humano se ha esforzado por realizar actividades económicas y científicas ligadas a su perfil como ser creativo e innovador. En este sentido cada hombre busca desarrollar una actividad económica que le guste y que le genere una riqueza y crecimiento integral. El talento humano resulta entonces una creación mixta entre lo innato y lo adquirido de acuerdo al entorno donde nos desenvolvemos. De esta afirmación se desprende que el talento no tiene fronteras y resulta una motivación que hace mover al ser humano de un lugar hacia otro. En este sentido se observa que el proceso de crecimiento de una nación va de la mano de la utilización interna y externa de su talento humano para convertirlo en bienes tangibles que generen mejor calidad de vida. Sobre esta premisa, se sustentará la presente investigación, cuyo objetivo es proponer un plan estratégico para la creación de una agencia ONG que se encargue de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica. Esta investigación se desarrollará en función de tres fases metodológicas correspondientes a los objetivos específicos formulado. Está investigación es de tipo descriptiva. Para recaudar información veraz y confiable de la situación actual que atraviesan diversos talentos humanos venezolanos se utilizaran instrumentos de recolección de datos como las encuestas las cuales permiten recabar información necesaria para para así poder entonces proponer y diseñar estrategias adecuadas a los objetivos planteados.

Descriptor: Talento Humano, ONG, Estrategias

INTRODUCCION

La presente investigación busca proponer un Plan estratégico para la Creación de una agencia ONG encargada de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica. En concordancia con la situación actual que atraviesa el país y que da como resultado un movimiento migratorio desbordado. El término ONG se utiliza para identificar a organizaciones que no son parte de las esferas gubernamentales ni son empresas cuyo fin fundamental es el lucro. Por lo general son conformadas y se encuentran a cargo de ciudadanos comunes que comparten una visión y misión común, pudiendo obtener financiamiento del Gobierno, de otras ONG (como fundaciones), o de individuos o empresas particulares. Algunas ONG, con el fin de mantener autonomía de gestión e imparcialidad, evitan la financiación oficial y trabajan a través de voluntarios. En la actualidad existe en Venezuela una gran contracción económica y una crisis social que ha llevado al país a vivir una realidad muy cambiante para todos aquellas organizaciones que se dedican a la formación y promoción del talento humano, problemas comunes como: falta de presupuesto universitario, carencia del personal docente especializado, cierre técnico del parque industrial y una polarización política que genera inestabilidad aunada al centralismo y al sectarismo que no posibilita el emprendimiento, ni la creación de un pensamiento divergente.

Actualmente en Venezuela se está viviendo una de las migraciones más grandes de su historia, esta actividad viene dada por la situación crítica del país en los aspectos económico, social y político. Dicha situación ha llevado a miles de venezolanos a migrar en busca de un futuro mejor, esto debido a que el país no les ofrece las oportunidades necesarias para adquirir empleos que cubran con las expectativas que conciernen a su profesión.

Con esta investigación se pretende facilitar la migración del venezolano haciéndola de forma estructurada, captando el talento humano nacional

identificando sus capacidades y ofreciéndolas en el extranjero donde sean más necesitadas o valoradas.

En el capítulo I se hablara del problema que significa la emigración y sus consecuencias, políticas, sociales, culturales y económicas también se hablara del planteamiento del problema a través de varias interrogantes de donde se desprenderá el objetivo general y los específicos.

En el II capítulo se abordara de forma sistematizada las teorías, los teóricos y los antecedentes que apuntalan esta investigación. En este sentido se hará una triangulación teórica que da base conceptual a las aproximaciones que en esta investigación se realiza.

En el capítulo III se realizara un análisis de la naturaleza y el tipo de investigación que se pretende desarrollar, así como también, la población y la muestra que se usara para la aplicación del instrumento. En este tercer capítulo también se desarrollara el PCI y POAM para establecer como se desarrollaran los tres objetivos planteados en esta propuesta. Ya aplicado el instrumento y recolectada la información se procederá a realizar el análisis de los resultados como inicio del capítulo IV.

En el capítulo IV se utilizara como herramientas las gráficas estadísticas de torta y su respectiva interpretación. En este mismo capítulo se harán unas conclusiones preliminares que darán paso a la propuesta del diseño de la ONG.

En el capítulo V se procederá a presentar la propuesta y sus objetivos, así como también los diferentes módulos que la comprenden en su desarrollo. Para finalizar se presentaran las recomendaciones que sean pertinentes para su aplicación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.Planteamiento del Problema

En la historia de la humanidad el ser humano se ha esforzado por realizar actividades económicas y científicas ligadas a su perfil como ser creativo e innovador. En este sentido cada hombre busca desarrollar una actividad económica que le guste y que le genere riqueza y crecimiento integral. Este deseo ancestral va de la mano de la posibilidad de desarrollar un talento individual que produzca evolución colectiva. Es así como se ha logrado el desarrollo de grandes obras de envergadura como: el internet, la carrera espacial y el conteo del genoma humano.

En muchos casos algunos países logran una evolución científica y de talento mayor que otros, así como también logran proyectar sus ideas y los descubrimientos para convertirlos en necesidades que generan mercados y riquezas con productos que pasan de ser un objeto, a transformarse en una necesidad como es el caso de los celulares. Esta fuerza creadora que poseen todos los seres humanos, es entendida como genialidad, visión o simplemente talento humano. Eslava (2004;3) lo define como “un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimiento, capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro”.

El talento humano resulta entonces una creación mixta entre lo innato y lo adquirido de acuerdo al entorno donde se desenvuelve. De esta afirmación se desprende que el talento no tiene fronteras y resulta una motivación que hace mover al ser humano de un lugar hacia otro. Es así como observamos que naciones como Estados Unidos, China, Rusia y Alemania se han convertido en una escuela de talento que forma embriones en todo el mundo en áreas como la

ingeniera, la medicina, las finanzas y la tecnología aplicada al mundo del transporte, a través del despliegue de su gente como punta de lanza de la transferencia de tecnológica. Países de América como Colombia con su capacidad para el copiado y reproducción de modelos de gestión industrial, como Brasil en su modelo de empresas ecológicas autosustentables o Cuba con su programa de formación de médicos y personal de salud en todas las áreas, para prestar servicio en 64 naciones del mundo, son ejemplos de exportación de talento humano direccionado a prestar apoyo a otros países a cambio de una compensación que equilibre las carencias propias.

En este sentido se observa que el proceso de crecimiento de una nación va de la mano de la utilización interna y externa de su talento humano para convertirlo en bienes tangibles que generen mejor calidad de vida. Venezuela a través de los años fue vista como la isla de América ya que esta nación combinada de manera prodigiosa tenía una gran riqueza natural y un gran talento humano que la ubicaban como la cuna de la creación y la imaginación de la región

En la actualidad existe en Venezuela una gran contracción económica y una crisis social que ha llevado al país a vivir una realidad muy cambiante para todos aquellas organizaciones que se dedican a la formación y promoción del talento humano, problemas comunes como: falta de presupuesto universitario, carencia del personal docente especializado, cierre técnico del parque industrial y una polarización política que genera inestabilidad aunada al centralismo y al sectarismo que no posibilita el emprendimiento, ni la creación de un pensamiento divergente.

Ante esta situación de anarquía y desestímulo a la creación, miles de jóvenes de todo el país y de la Universidad José Antonio Páez han decidido emigrar hacia otras latitudes básicamente de Sudamérica (Colombia, Perú,

Ecuador y Chile) en busca de un mejor porvenir y del desarrollo de sus potencialidades en áreas en las cuales se han preparado.

Esta diáspora migratoria de más de 5 millones de personas (El nacional 2018) ha traído como resultado que el venezolano que emigro comience a ser visto como: bueno, productivo y emprendedor en el mejor de los casos, así como también en algunos entornos, como flojo, aprovechado y poco preparado. En ambos casos se observa como gran experiencia que la emigración del venezolano hacia el sur ha sido desordenada, dura y castradora del talento que llevamos como profesionales universitarios, para convertirnos en simples desplazados más allá de nuestra preparación y nuestro talento.

El estado venezolano no se interesa en la promoción y ubicación de sus jóvenes con talento en estos países y los condena a una rutina injusta e inhumana que está destinada al fracaso. Realidades que son tangibles en estos cinco años de emigración se describen a diario en los titulares de la prensa local e internacional. Es común escuchar por parte de los venezolanos que aún permanecen en el país las siguientes incomodidades:

El sector industrial que se encuentra en crisis busca solucionar sus problemas de venta o imagen con su mismo personal, en lugar de contratar la ayuda de un mercadologo o agente especializado en el área, así como también la baja remuneración salarial que percibe el profesional no permite ejercer su carrera en el país, debido a los altos costos y a la inflación incontrolada, aunada a la deplorable situación que atraviesa el país en el ámbito del transporte no estimula el dinamismo y el emprendimiento de los agentes de cambio.

Estudiar postgrados y doctorados en el país, para crecer profesionalmente es técnicamente imposible porque no existen políticas estatales de estímulo y mucho menos capacidad de autogestión de los profesionales y las posibilidades de desarrollar y vender un proyecto en Venezuela están enmarcadas dentro de

las posturas políticas y burocráticas que hacen del emprendimiento un verdadero viacrucis. Las universidades se han quedado sin capital intelectual, debido a la emigración de su personal docente calificado. Aspectos propios de la vida universitaria se han tornado imposibles para estos docentes así como también los altos costos de las herramientas tecnológicas como: programas, software que utilizan los profesionales para el desarrollo de sus actividades, impiden la actualización permanente.

La inestabilidad emocional del profesional en Venezuela no le permite imaginar nuevos escenarios ya que sus máximas ideas están proyectadas al logro de metas básicas como: alimentarse, salud y poder transportarse. En Venezuela no hay universidades que certifiquen oficios y el desarrollo de habilidades técnicas que les permita a las personas ejercer una actividad económica, para su sustento sin hacer grandes carreras universitarias.

Siete de cada diez emigrantes venezolanos en países de Suramérica están realizando actividades que no son inherentes a su preparación profesional; por consiguiente se ven obligados a vender su mano de obra barata y a prostituir su capacidad laboral en actividades básicas como: la buhonería y otros oficios viles. Ante todas estas circunstancias antes mencionadas valdría la pena plantearse la siguiente interrogante:

¿En el perfil del egresado universitario en Venezuela existen suficientes indicios del desarrollo del talento humano como competencia profesional?

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles serían las estrategias a resaltar para la creación de una agencia ONG que se encargue de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Proponer un plan estratégico para la creación de una agencia ONG que se encargue de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la realidad del talento humano y sus posibilidades de emigración
2. Identificar fortalezas y debilidades de la creación de una agencia (ONG) encargada de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica
3. Diseñar un plan estratégico para la creación de una agencia ONG encargada de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica

1.4. Justificación de la investigación

Según la ley orgánica del trabajo y las leyes internacionales en materia jurídica toda persona tiene derecho a establecerse del mismo modo a realizar una actividad económica que esté de acuerdo a su capacidad intelectual y a sus capacidades técnicas. La justificación de la siguiente investigación tiene sentido en la medida en que busca la posibilidad de ayudar a los venezolanos en la realidad que hoy viven y desarrollar un programa que les permita hacer todo un proceso de exportación del talento humano venezolano de forma programada y organizada, evitando así de una manera impactante las posibilidades de frustración, desengaño y degeneración a la que han llegado algunos venezolanos que viajaron al extranjero.

Según el observatorio Venezolano de migración, dos millones (2.000.000) de connacionales han cruzado la frontera hacia otros países, por lo tanto el siguiente trabajo se desarrollara tomando como tiempo de estudio los próximos dos años, logrando impactar a un promedio de seiscientos profesionales de ambos sexos que saldrán del país a través de la ONG.

Del mismo modo es importante, plantearse como país, cual es perfil de profesional que sea más exitoso afuera, no es lógico seguir preparando ingenieros, abogados y educadores que no tienen proyección en el extranjero. Entonces ver como en el contexto que hoy observamos, un técnico o un peluquero tiene mayores proyecciones en el exterior que un profesional capacitado para desenvolverse de manera eficaz en el campo laboral de otro país.

También se justifica nuestra investigación porque el estado venezolano es indolente, no se encarga de la proyección del talento venezolano, el estímulo del mismo de forma nacional y mucho menos para enviarlo a otro país. Antes todas estas carencias es necesario tratar de ayudar a asegurarle a cada una de las personas que sale de este país la posibilidad de tener éxito y de tener proyección en el extranjero con la posibilidad de poder llevarse a su familia y de hacer vidas en otros países. Venezuela es un gran país pero en las actuales circunstancias motivan a mucha gente a emigrar y aunado a esto dicha emigración no tiene que ser un desafío, esa emigración no tiene por qué tener un 80% de posible fracaso y solo un 20% de éxito. La suerte no existe, si un profesional venezolano tiene las capacidades debería desarrollarlo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Barón, Fermín y Molina (2015) realizaron un trabajo de investigación titulado **“Estrategias de mercadeo basadas en el marketing digital orientadas a la captación de nuevos clientes de las pymes.** “Como requisito parcial para optar por el título académico de Licenciado en Contaduría Pública en la Universidad de Carabobo. El objetivo principal de esta investigación es desarrollar un plan estratégico que le permita captar nuevos clientes. Por otra parte teóricamente su investigación está basada en la planificación estratégica y metodológicamente se apoyaron en una investigación de tipo descriptiva con diseño de campo. Además se realizaron observaciones para la toma de muestra y la aplicación del instrumento que no fue más que la realización de una encuesta.

En este caso la planificación estratégica y las estrategias de marketing que se realizan en dicha investigación poseen gran vinculación en nuestro trabajo de grado ya que nuestra ONG busca las estrategias ideales para captar a nuestro clientes o en este caso profesionales buscando así beneficios tantos para la ONG como para ellos, todo esto con el fin de lograr el posicionamiento de nuestra organización y aunado a esto mejorar la calidad de vida de nuestros profesionales.

A nivel internacional, Terán (2015) realizó un trabajo de grado titulado **“Propuesta de implementación de un plan estratégico para la Imprenta Gutemberg ubicada en la ciudad de Quito”**. Como requisito para la obtención del título de Ingeniero Comercial en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, donde

en el primer capítulo describe la historia de las imprentas desde sus inicios hasta su llegada a Ecuador. Después se analizó y definió todos los conceptos que abarca una planificación estratégica para poder implementarlos a la estructura de la empresa. Además se realizó un estudio de mercado aplicando encuestas para poder determinar la aceptación del producto y de la misma manera ver cuáles son las necesidades que tienen los clientes y en base a los resultados se propuso las estrategias adecuadas teniendo en cuenta la matriz FODA y realizando una planificación estratégica y operativa para cada uno de los departamentos de la empresa. Finalmente, analizaron en términos monetarios la propuesta de la planificación estratégica y como ayudará en gran manera a la imprenta a conseguir los objetivos planteados lo que se ve reflejado en las proyecciones realizadas a 5 años de los estados financieros.

En este caso el estudio de mercado ayuda a determinar el tamaño de la población a la que van dirigidos y sus preferencias o necesidades. Esto ayuda a determinar las características y el alcance del plan estratégico. Así mismo para determinar el alcance de nuestra ONG un estudio de mercado es necesario ya que aportaría información clave sobre cuáles son nuestros potenciales clientes sus características y preferencias.

Del mismo modo, Ibarra (2014), en su investigación titulada **“Plan estratégico para el restaurante Luna Bruja en la Paz, B.C.S.”** Tuvo como objeto principal la identificación de tres etapas en la planificación estratégica y planes de acción. A través de un desarrollo se identificaron los factores internos y externos que son la clave para el éxito futuro de la organización. Utilizaron la recolección de datos a través de encuestas. Con estos datos fueron capaces de identificar y evaluar la situación y establecer algunas tendencias para determinar a largo plazo el desempeño en el restaurante.

En este caso la recolección de datos tiene un papel fundamental para la identificación de factores internos y externos claves para el éxito futuro de la organización. Nosotros con la creación de nuestra ONG utilizaremos la

recolección de datos para obtener los factores internos claves que permitan el funcionamiento óptimo y el éxito futuro de la organización.

Así como también, Zarraga (2013) realizó un trabajo de grado titulado **“Plan estratégico de imagen corporativa para la empresa Mogra International, S.A”**. Como requisito parcial para optar por el título académico de Licenciado en Mercadeo de la Universidad José Antonio Páez. Venezuela. Su objetivo fue el diseño de un plan estratégico que le permita promover la imagen corporativa de la empresa Mogra Internacional S.A ya que posee la misma desde la fecha de su fundación. Para el desarrollo de este trabajo se utilizó la modalidad de proyecto factible con un diseño de campo y apoyo en la revisión bibliográfica, además se realizó un cuestionario formulado por 10 preguntas de tipo cerrada.

La imagen corporativa juega un papel importante dentro de una empresa u organización ya que es la imagen que se desea proyectar a nuestro público. Este trabajo mantiene relación con nuestra investigación puesto que la ONG necesita darse a conocer y lograr ser recordada de una manera clara y precisa para todos nuestros posibles clientes. Es por eso que se utiliza un plan estratégico que permita colocar en marcha las estrategias a seguir para diseñar de manera correcta una buena imagen corporativa para nuestra organización.

Se presenta el trabajo desarrollado por González (2013) titulado **“Plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la empresa Invermedica, C.A en el mercado de insumos y equipamiento médico del estado Carabobo”** como requisito parcial para optar por el título académico de Licenciado en Mercadeo de la Universidad José Antonio Páez. Venezuela. El objeto de esta investigación radica en la propuesta de un plan estratégico para posicionar la empresa Invermedica, C.A. el tipo de investigación que se utilizó fue de campo descriptiva en la modalidad de proyecto factible. Se desarrolló en función a tres fases metodológicas correspondientes a los tres objetivos

específicos formulados. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron las encuestas, matriz DOFA y la matriz de impacto

Así como para una empresa con fines de lucro es importantes su posicionamiento para obtener los beneficios deseados, para una ONG también es importante el posicionamiento. En primer lugar para facilitar la gestión de la ONG como intermediario y en segundo lugar facilita la captación de recursos a través de contribuciones. Todo esto con el fin de crear beneficios tanto como para la ONG y a su vez las personas que participen en ella.

2.2. Bases Teóricas

Marketing

Kotler (2004) define el marketing como “un proceso social y administrativo mediante el cual un grupo de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”

En tal sentido la creación de la de la agencia ONG encargada en la captación del talento humano busca brindar posibilidades de emigrar a diversos países con la capacidad de desarrollar su carrera profesional en las diversas áreas, creando así el intercambio de personal capacitado para brindar un servicio del cual carecen en otros países teniendo como resultado satisfacer una necesidad tanto del país como del individuo.

Talento Humano

Chiavenato (2009) Define la gestión del talento humano como “el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamientos, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño”.

Es aquí donde radica la importancia del desarrollo del talento humano para el logro de los objetivos propuestos mostrándonos así las herramientas y pasos necesarios para afrontar la situación actual de Venezuela y poder posicionar el talento humano en el exterior.

Teoría de las necesidades

Maslow (1943) señala en su teoría que cuando las necesidades básicas se ven satisfechas los seres humanos van desarrollando necesidades y deseos más altos

Esta teoría nos hace referencia a que en la actual situación que vive Venezuela muchos de los profesionales solo buscan subsistir para poder lograr las necesidades básicas y no sienten la motivación de subir de jerarquía hasta lograr su autorrealización y por ende no se cumple esta teoría. A consecuencia de esto se crea el plan estratégico para la creación de una ONG capaz de captar el talento humano y brindarle la posibilidad de subir de jerarquía como en la pirámide de Maslow.



Figura 1 Pirámide de Maslow

Fuente: Abraham Maslow

2.3 Definición de términos básicos

Plan estratégico: proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

Talento humano: es la capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver determinadas ocupación asumiendo sus habilidades destrezas y experiencias

Migración: movimiento de población que consiste en dejar el lugar de residencia para establecerse en otro país o región, generalmente por causas económicas o sociales.

Transferencia tecnológica: proceso de transmisión científica, tecnológica, del conocimiento de los medios y de los derechos de explotación hacia terceras partes para la fabricación de un producto.

Adaptación: se entiende como la acción y el efecto de adaptarse que hace referencia al ajuste de algo respecto a otra cosa.

Captación: atraer una persona hacia sí la atención, la voluntad, el afecto o el interés de alguien.

Actividad económica: actividad laboral donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las poblaciones.

Mercados: es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos

Autosustentable: adjetivo que indica algo que se puede soportar por si mismo con razones suficientes que eviten su extinción

Anarquía: ausencia total de estructura gubernamental en un Estado.

Diáspora emigratoria: implica la dispersión de grupos étnicos o religiosos que han abandonado su lugar de procedencia originaria y que se encuentran repartidos por el mundo.

Inflación: es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico representa en todo trabajo de investigación, la columna vertebral donde convergen todos los planteamientos e hipótesis que tiene el investigador, y se contrasta con los datos e instrumentos y la muestra que se utilizó en el diagnóstico. En este sentido Chávez (2018) El marco metodológico representa en el proceso de investigación la adaptación de lo que se trabaja como problema a algunos elementos que delimitan el campo de acción de la persona que investiga. Es decir en este capítulo delimitaremos la población, la muestra, el tipo de investigación y se hará el diseño del instrumento que se piensa aplicar para diagnosticar la realidad de la problemática planteada en el primer capítulo.

En cualquier proceso de investigación, la metodología es una fase de gran importancia debido que constituye en el núcleo fundamental, al respecto Tamayo y Tamayo (2010; 97) considera que “la metodología constituye la medula del plan; se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis”. De esta forma la investigación se basa en un plan estratégico para la creación de una agencia (ONG) encargada del posicionamiento del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica. Con la principal finalidad de cumplir con los objetivos propuestos. El presente capítulo hará referencia al diseño estudio, tipo de investigación, así como las técnicas y procedimientos que serán utilizados para alcanzar los objetivos propuestos.

La siguiente investigación se realizara bajo el paradigma cuantitativo positivista ya que busca medir en todas sus dimensiones, las posibilidades de

éxito o fracaso que pueda tener un profesional venezolano fuera de nuestras fronteras

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación se basa en un proyecto factible, ya que se proponen el diseño de una serie de estrategias de mercadeo para crear una agencia (ONG), encargada del posicionamiento del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica en la universidad José Antonio Páez.

Esta investigación se justifica como factible, ya que es sensible a la realización o concreción de una propuesta de un modelo operativo viable a solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales.

3.2. Tipo de estudio

La investigación que se desarrolla es de tipo descriptivo, pues se realizara un diagnóstico inicial de la situación actual para catalizar la presencia del talento humano en las distintas escuelas de la universidad José Antonio Páez. Según Tamayo y Tamayo (Pag.35) este tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, sobre grupo de personas, o cosas y funciona en tiempo presente.

3.3 Diseño de la investigación

Es una investigación de campo, puesto que los datos de interés serán recolectados directamente de la realidad por el investigador. Según el tipo de ocurrencia, la presente investigación será de tipo prospectiva, ya que se registrara la información según van ocurriendo los fenómenos. De acuerdo al tiempo durante el cual se realizara el estudio, se trata de un estudio transversal, debido a que los datos se recolectaran en un solo momento.

3.4 Fases Metodológicas

Para el desarrollo de este proyecto se plantearon tres fases metodológicas, siendo vinculadas con los objetivos específicos planteados en los capítulos anteriores.

Fase I: Diagnostico la realidad del talento humano y sus posibilidades de migración

En esta primera fase los investigadores procedieron a comprobar la situación actual con respecto a la migración y la fuga de talento humano que existe en Venezuela debido a la realidad que atraviesan los profesionales en estos momentos. Esto será posible mediante la técnica de recolección de datos como lo fue la encuesta que permitió recolectar la información necesaria para continuar con el desarrollo del presente trabajo de investigación. Dicha encuesta se basó en 12 preguntas de tipo dicotómicas con opciones de SI y NO.

Según Tamayo y Tamayo (2008: 24), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

Fase II: Identificación de las fortalezas y debilidades de la creación de una agencia (ONG) encargada del posicionamiento del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica

En esta segunda fase, luego de haber diagnosticado la situación de la migración venezolana, se procedió a identificar las fortalezas y debilidades que pudieran afectar o favorecer la creación de la ONG. Por otra parte se realizó un análisis del Perfil de Capacidad Interna (PCI) y Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Aunado a esto una vez identificada la situación, con respecto a la migración del talento humano, los investigadores procedieron a identificar la fuga del talento. Esto mediante la encuesta aplicada a la muestra de la población seleccionada de los estudiantes de la Universidad José Antonio Páez de las distintas escuelas tales como Mercadeo, Odontología, Derecho y Administración.

Dicha población es de tipo finita ya que se conoce con exactitud la cantidad de estudiantes inscritos en las carreras antes mencionadas con un total de 4.766 como población, tomando como muestra 400 estudiantes distribuidos en dos secciones de cada escuela

A los efectos del estudio Según Tamayo y Tamayo (1997) “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Pag.114) esto señala que la población esta determinadas por características particulares que podemos llamarlas población o universo.

Según Tamayo, T. y Tamayo (1997) define como muestra “Es el grupo de individuos que se toma de la población para estudiar un fenómeno estadístico” (Pag.38)

Para la determinación de la muestra en el presente proyecto se utilizó una población finita, en la cual es conveniente tomar un error de estimación con un mínimo de 3% y en máximo de 15% y según plantea Ramírez (1999), se debe determinar la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$\frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N(e)^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde N es la población, la cual está comprendida por 4.766 estudiantes y por otro lado n se desarrolla tomando en cuenta que Z es el nivel de confianza 95% el cual está determinado con un valor igual a 1,96 y e es el error muestral el cual es de 5%, por lo tanto $P=0,5$ y $Q = 0,5$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (4.766)}{(4.766) (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,84) \cdot (0,25) \cdot (4.766)}{(4.766) (0,0025) + (3,84) \cdot (0,25)}$$

$$n = \frac{4575,36}{11915 + 0,96} = \frac{4575,36}{11.4384} = 400$$

Una vez ya aplicada la formula en base a la población de 4.766 estudiantes, la misma da resultado a una muestra de 400 estudiantes que están distribuidos en las diferentes escuelas de la Universidad José Antonio Páez.

Fase III: Diseño de un plan estratégico para la creación de una agencia ONG encargada de la captación del talento humano de Venezuela en los países de Suramérica

Una vez diagnosticada la situación actual que atraviesa el país en cuanto a la fuga de talento venezolano e identificación de las fortalezas y debilidades de la ONG, los investigadores procedieron a realizar la propuesta, la cual consiste en: presentación de la propuesta, objetivos de la propuesta, factibilidad y desarrollo de la propuesta buscando cumplir el objetivo general de la investigación, para lograr así un cambio positivo para el país y mejorar la calidad de vida de los miles de migrantes venezolanos.

CAPITULO IV

RESULTADOS

A continuación, se presenta el análisis e interpretación de los datos recolectados a través de la aplicación del instrumento dicotómico, con el fin de dar respuesta a los objetivos específicos previamente planteados, con el propósito de llegar a conclusiones que permitan identificar la problemática de estudio y hacer propuestas viables en función a las debilidades observadas. Para la tabulación e interpretación de los resultados se usara gráficos de torta que serán interpretados por ítems. Al final de la interpretación individualizada, se realizara una conclusión general de los resultados de donde a su vez nacerá la propuesta que de la creación de la ONG para el posicionamiento del talento humano venezolano en Suramérica.

Según Hurtado (2010), “son las técnicas de análisis que se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos” (p.17). El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuesta a las interrogantes de la investigación.

4.1. Resultado de la encuesta

Ítem N° 1: ¿Considera que en esta universidad se desarrolla el talento humano?

Tabla N° 1

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	71%
NO	114	29%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

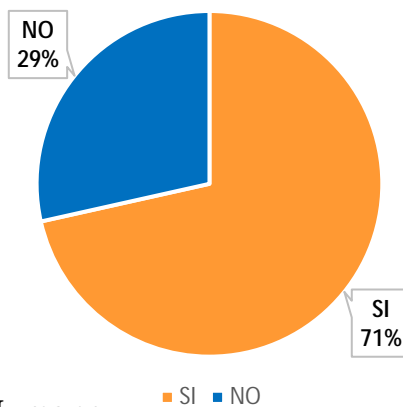


Gráfico N° 1 Talento Humano

Interpretación

El gráfico que representa el desarrollo del talento humano, de las escuelas utilizadas como muestras evidencia que un 71% de los encuestados opina que si se trabaja el talento humano como una competencia importante del perfil del egresado, mientras que un 29% (114 entrevistados) opina que no se desarrolla el talento humano. Se puede inferir de acuerdo a los resultados que el pensum de estudio de estas carreras está actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado Nacional y Suramericano.

Esta realidad se ve articulada con la necesidad de autorrealización planteada por Abraham Maslow en el marco teórico de esta investigación

Ítem N° 2: ¿Considera que el talento humano es una combinación de cómo somos al nacer y que aprendemos?

Tabla N° 2

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	91%
NO	36	9%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

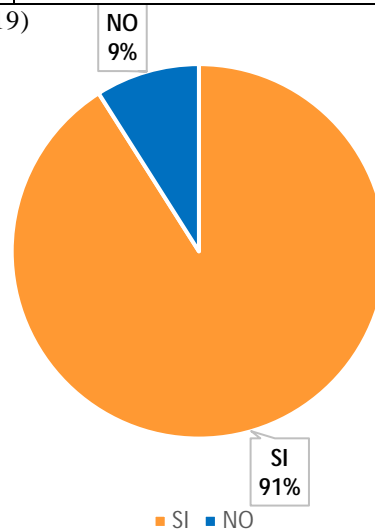


Gráfico N° 2 Combinación del talento humano

Interpretación

La grafica muestra que un amplio 91% (364) de los encuestados respondieron que si es una combinación de cómo somos y que aprendemos, mientras que un 9%(36) respondió que no. Esta dispersión abrumadora a favor del sí, puede ser interpretada como una visión clara que se tiene sobre los pensum de estudio de la UJAP en sus diferentes escuelas y carreras. En este sentido Chiavenato afirma que el talento humano debe ser visto como un eje trasversal en la formación de cualquier profesional universitario.

Ítem N° 3: ¿Le gustaría pertenecer a ONG encargada de posicionar el talento humano de esta universidad en algún país de Suramérica?

Tabla N° 3

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	71%
NO	114	29%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

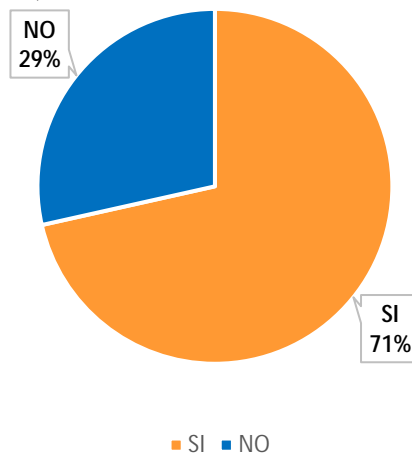


Gráfico N° 3 Pertenecer a la ONG

Interpretación

Los resultados de las preferencias en este ítems, asoman que un 71% (286) de los encuestados le gustaría pertenecer a la ONG que se encargue de posicionarlos en Suramérica, mientras que un 29% (114) dice que no. Esta realidad se puede inferir que muchos de los estudiantes visualizan su futuro fuera de Venezuela debido a la situación política y la falta de oportunidades.

Abraham Maslow plantea esta situación como una necesidad básica y de autorrealización, ya que migrar de esta manera podría ser una forma posible de cumplir muchas metas.

Ítem N° 4: ¿Piensas que el dinero que devenga un profesional de tu área cubre las necesidades básicas de un venezolano?

Tabla N° 4

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	156	39%
NO	244	61%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

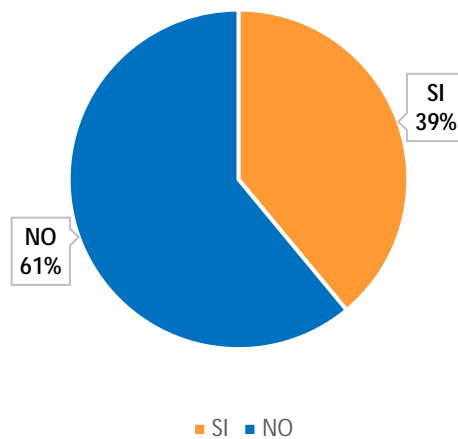


Gráfico N° 4 Necesidades básicas de un venezolano

Interpretación

En este ítem se observa como un 61% (244) de los estudiantes piensan que el dinero que devenga un profesional en Venezuela no alcanza para cubrir las necesidades básicas, mientras que solo el 39% (156) piensa que no. Esta realidad se aproxima al conocimiento de algunos indicadores macroeconómicos que indican una hiperinflación que afecta la mayoría de los hogares de los venezolanos.

En este sentido Kloter, habla de la comunicación y el conocimiento como una forma social que determina nuestras vidas y nos limita o proyecta a diario.

Ítem N° 5 ¿Piensas que la crisis económica que vive nuestro país, nos impulsa a pensar en la posibilidad de la migración?

Tabla N° 5

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	400	100%
NO	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

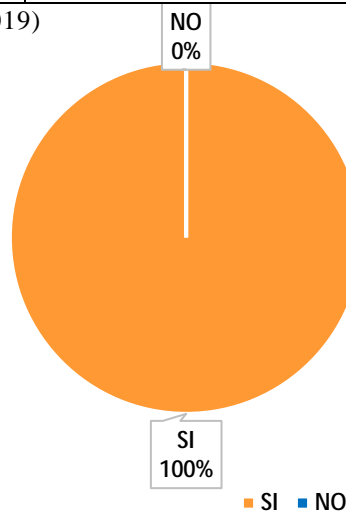


Gráfico N° 5 Posibilidad de migración

Interpretación

Categorícamente el 100% de los encuestados respondieron de forma clara que la crisis económica es un factor desencadenante de la migración hacia Suramérica. Es predecible saber que el elemento económico es la segunda causa de migración mundial por lo tanto la gente se mueve en busca de mejores horizontes.

Las teorías en análisis de crisis mundial y migración señalan que los movimientos poblacionales, son una consecuencia de las malas planificaciones y de los momentos críticos en materia socioeconómica de los países.

Ítem N° 6: Si se te ofrece un proyecto de desarrollo profesional, en los países de Suramérica lo tomarías?

Tabla N° 6

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	84%
NO	62	16%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

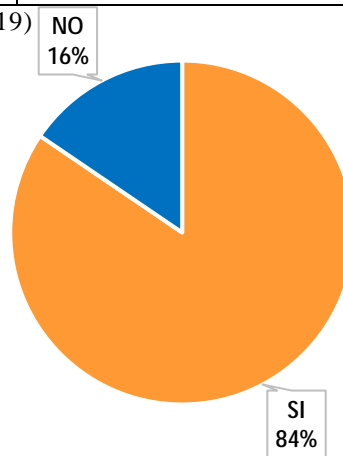


Gráfico N° 6 Países de Suramérica ■ SI ■ NO

Interpretación

84% de los estudiantes (338) que se tomaron para la aplicación de este instrumento señalan que tomarían como opción ir a Suramérica a través de la ONG mientras que 16% (62) dijeron que lo pensarían o no irían.

Esta realidad contrasta con la ausencia de oportunidades a nivel nacional, por lo que una oferta seria y estructurada es vista como un salvavidas.

El contexto mundial de hoy, para un joven es un escenario pequeño, por lo tanto en un mundo globalizado no hay fronteras cuando la comunicación es un estilo de vida según lo que plantea Kotler.

Ítem N° 7: ¿Considera usted que en los actuales momentos es posible desarrollarse, como profesional, en el mundo del mercadeo?

Tabla N° 7

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	182	45%
NO	218	55%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

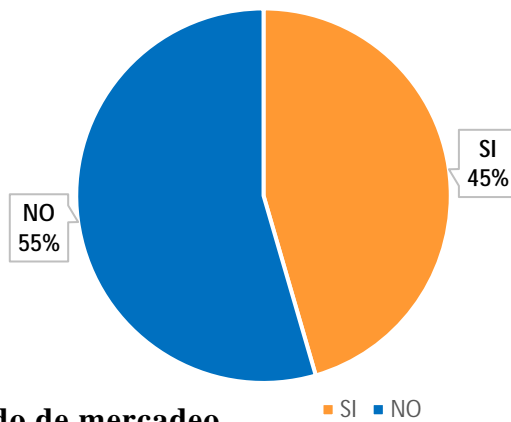


Gráfico N° 7 Mundo de mercadeo

Interpretación

Tal como se observa, se presentó una leve paridad en el tipo de respuestas que dieron los entrevistados ya que un 45% (182) responde que si es posible desarrollarse como profesional en esta área, mientras que un 55% (218) piensa que no. Esta aproximación a una realidad subjetiva podría analizarse partiendo de la idea de que en tiempo de crisis, es necesario emprender desde lo más pequeño, y para eso el mercadeo es la herramienta, ya que no amerita la inversión de grandes fortunas, solo es necesario un espacio virtual o una actividad económica que permita vivir de forma estable y superar la crisis. En este aspecto Kotler define el mercadeo como el arte de llevar un producto a su máxima expresión y poder intercambiarlo luego de maximizar su valor.

Ítem N° 8 ¿Conoce usted algún caso de profesionales de esta rama que haya logrado tener éxito en otro país?

Tabla N° 8

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	312	78%
NO	88	22%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

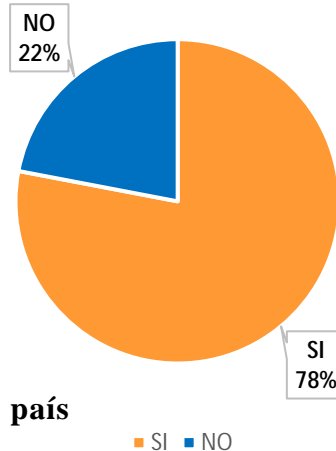


Gráfico N° 8 Éxito en otro país

Interpretación

De forma sorprendente el 78% de los encuestados(312) respondió que tiene al menos una persona conocida, que ha tenido éxito en la carrera de mercadeo en otros países mientras que solo el 22% (88) respondió que no conocía a nadie o que creía que no era posible ser exitoso en el mercadeo a nivel de Suramérica. La profesión de mercadeo es una de las actividades más estandarizadas del mundo, tanto así que en muchos países no se necesita hacer tantas equivalencias para ejercerlo, es decir el mercadeo es una actividad sugeneri que no requiere de grandes adaptaciones curriculares. En este aspecto los teóricos del mercadeo hablan de una praxis universal llamada marketing, que mueve el mundo más allá de los dialectos y la cultura.

Ítem N° 9: Consideras que tu perfil como egresado de esta universidad te ha formado en competencia técnicas y académicas para insertarte en cualquier mercado laboral?

Tabla N°9

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	84%
NO	62	16%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

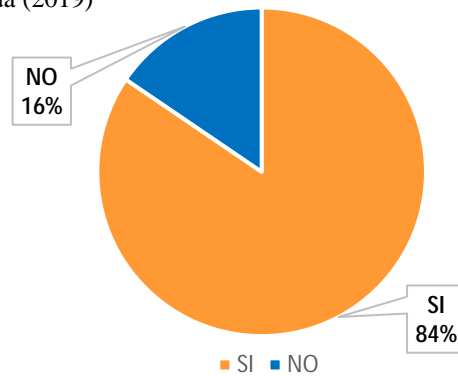


Gráfico N° 9 Competencia técnicas y académicas

Interpretación

De forma categórica el 84% de los estudiantes (338) que fueron tomados como muestra respondieron que en su perfil como egresado existen grandes herramientas técnicas y estratégicas que le permitirán desarrollarse dentro y fuera de nuestro país, sin embargo el 16% (62) respondió que no existe este perfil en el pensum de estudio de la UJAP. En comparación con el pensum de estudios de las universidades que imparten esta carrera, es preciso acotar que la UJAP se destaca por ofrecer asignaturas como publicidad avanzada y elaboración de comerciales para el mercado. En definitiva si hay una formación de vanguardia en el área de la comercialización, del mercadeo y la publicidad.

Ítem N° 10 ¿Considera que es momento para migrar fuera de Venezuela?

Tabla N° 10

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	71%
NO	114	29%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

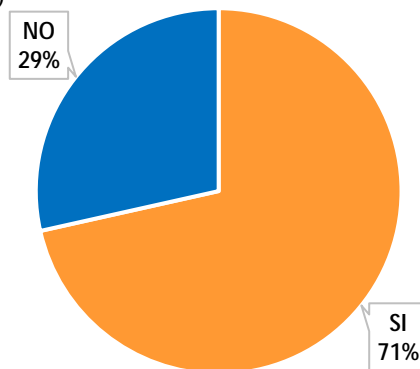


Gráfico N° 10 Migrar fuera de Venezuela ■ SI ■ NO

Interpretación

Tal como se observa en la tabla de resultados, el 71% de los encuestados (286) respondieron que si es momento para migrar fuera de Venezuela, sin embargo un 29% (114) considera que no es el momento para salir del país.

En un área como el mercadeo que se nutre de la libertad económica, de la competencia, de la meritocracia y de la calidad expresada como medición continua, es muy difícil pensar que existe un límite, sin embargo en el actual sistema de gobierno cada vez es más difícil ser abierto y creativo. Esta aclaratoria se hace porque es una situación común pensar que un futuro egresado como mercadologo en Venezuela tendrá un radio de acción muy corta, y una capacidad creativa muy predecible en este aspecto Maslow, habla de la búsqueda de nuevos espacios como una forma de autorrealización.

Ítem N° 11 ¿Considera que el éxito o fracaso de la migración depende de las capacidades de adaptación y las oportunidades que te ofrezcan?

Tabla N°11

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	234	58%
NO	166	42%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

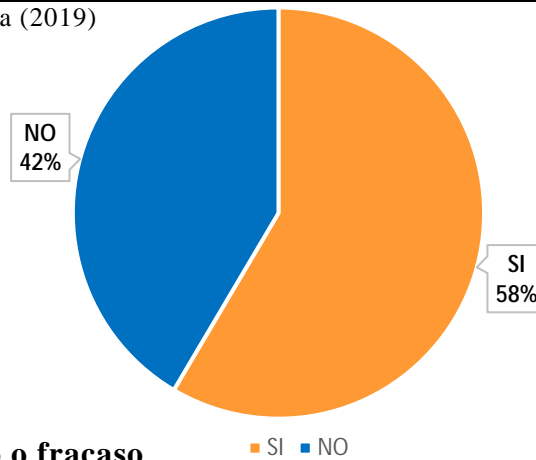


Gráfico N° 11 Éxito o fracaso

Interpretación

En cuanto al éxito o fracaso de un migrante en base a sus capacidades de adaptación y las oportunidades que se le ofrezca, el 58% de los encuestados (234) piensa que estos dos elementos son básicos para triunfar o no fuera del país, mientras que un 40% (166) desestima estas dos variables.

La preparación tiene mucho sentido si las oportunidades que te ofrecen tiene como elemento común las experticia, es decir que las oportunidades siempre existirán solo que los más actos la tendrán en mayor proporción.

El Venezolano ha demostrado gran capacidad de adaptación y de aprovechamiento de sus oportunidades, en este aspecto se habla de talento humano como forma de sobrevivir o de supervivir fuera de nuestras fronteras.

Ítem N° 12 ¿Consideras que el venezolano dentro de la formación de su idiosincrasia, posee un carisma que lo proyecta hacia el éxito?

Tabla N° 12

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	89%
NO	46	11%
TOTAL	400	100%

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

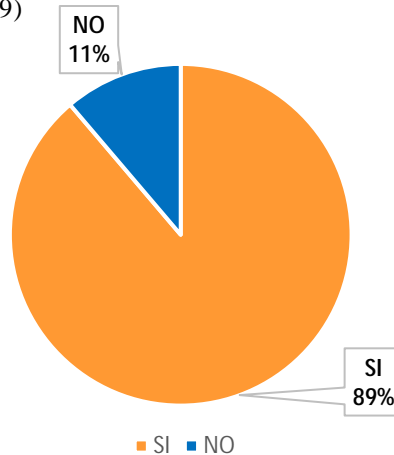


Gráfico N° 12 Proyecto hacia el éxito

Interpretación

Según lo expresado en las encuestas, el 89% de los individuos (364) opinan que la formación idiosincrática del venezolano existen aspectos como el carisma y la chispa que siempre serán una batería para llegar hacia la cima, mientras que solo el 11% (46) piensa que no. Históricamente el venezolano ha sido considerado como un individuo de gran nivel emocional y de adaptación al momento de sortear algún obstáculo. No en vano Venezuela era considerado por el libro Guinness Record mundial, como el primer país en alegría y dinámica social. El talento entonces al igual que la alegría siempre será una forma de conquistar nuevos espacios en el mundo profesional y humano.

4.2 Conclusiones de la encuesta

Luego de aplicado el instrumento a los 400 estudiantes seleccionados en las 4 escuelas, y tabulado los resultados que se desprendieron de cada ítems, se puede llegar a la siguientes conclusiones.

- a) El talento humano es una condición innata en los venezolanos y es parte de nuestra formación integral como individuo. El muestreo que se usó para la aplicación del instrumento represento un amplio sector estudiantil de 4 escuelas de la universidad José Antonio Páez, sin embargo esta realidad se observa en todas las universidades del país, ya que el talento humano es la dinámica juvenil que estimula a la sociedad venezolana.
- b) Según los resultados obtenidos se evidencia que la universidad José Antonio Páez, actualiza permanentemente pensum de estudios buscando la optimización en el perfil profesional de sus egresados al enseñarle como competencia básicas, la toma de decisiones, la adaptación a los cambios y la adaptación a los mercados competitivos dentro y fuera del país.
- c) La crisis económica que azota a los venezolanos ha obligado a muchos profesionales y estudiantes a tomar la decisión de partir en busca de mejores horizontes. Esta opción también plantea la posibilidad de culminar estudios en otras latitudes y consolidarse como profesional, en este sentido el área de mercadeo es una gran oportunidad para desarrollarse rápida y oportunamente.
- d) La de posibilidad de migrar hacia Suramérica es muy alta en las preferencias de los venezolanos debido a que todos estos países presentan condiciones económicas, políticas e históricas muy parecidas a las nuestras.
- e) La ONG representa una gran oportunidad para canalizar y ayudar a muchos profesionales venezolanos que sueñan con migrar a otras latitudes y desarrollarse dentro de su área de profesionalización.

4.3 Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

Cuadro N° 1 Perfil de Oportunidades y Amenazas

FACTORES	CALIFICACION			Oportunidad			Amenazas			Impacto		
	A L T O	M E D I O	B A J O	A L T O	M E D I O	B A J O	A L T O	M E D I O	B A J O	A L T O	M E D I O	B A J O
1. ECONÓMICO												
Intervención directa del gobierno de forma negativa					x						x	
Generación de divisas para el país	X									x		
Aparición de nuevos mercados	X										x	
Generación de bienestar social		X									x	
Proyecto novedoso y de gran importancia	X										x	
Dólar Paralelo e inestabilidad económica						x						X
Mejorar el Producto Interno Bruto (P.I.B)	X										x	
Mejorar el ingreso de los participantes						x				x		
Profesionalizar en mayor grado a los participantes	X									x		
Internacionalizar el talento venezolano		X									x	
2. POLÍTICO												
Cambiar el enfoque del proyecto y desvirtuarlo						x						X
Generar espacios sociales con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas							X					X
Inestabilidad política						x						X
Politizar y criminalizar el proyecto						x				x		
3. SOCIAL												
Aumento del nivel de migración del venezolano							x				x	
Mejoramiento del nivel de vida de la gente		X									x	
Desintegración del núcleo familiar								X				X
Aumento de las tasas empleo							x					X
Creación de nuevas universidades para este fin							x				x	
Inseguridad en cuanto aspectos de la logística							x				x	

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

Continuación del Cuadro N° 1

Reconocimiento del talento venezolano en el mercado				x			x		
Resiliencia al cambio por parte d l gobierno		X						x	
Susceptibilidad del país consumidor por la calidad del profesional venezolano			X				x		
4. TECNOLÓGICO									
Aparición de canales de comunicación directa con el país que sea cliente.	X							x	
Aprovechamiento de internet para el posicionamiento de los profesionales venezolanos		X							X
Capacidad de respuesta del estado venezolano ante una emergencia						X	x		
Comunicación del público con las coordinaciones de la ONG a través de medios electrónicos			X						X
Desarrollo de nuevas tendencias de captación			X						X
Evaluación digitalizada del talento humano en su desempeño diario		X						x	
Modernización de sistemas de producción		X						x	
5. COMPETITIVO									
Asociación de la ONG con la calidad del talento humano venezolano en el exterior					x		x		
Calidad del profesional venezolano con respecto al personal propio de cada país.						X			X
Campañas nacionalistas en contra del proyecto		X					x		
Deficiencia en el pago de los profesionales	X						x		
Desempeño logístico empresarial de la ONG				x			x		
Nivel de aceptación de los profesionales venezolanos en el exterior				x			x		
Posicionamiento de la ONG				x			x		
Ventajas en el desarrollo de nuevas competencias		X					x		
6. GEOGRÁFICO									
Alcance geográfico	X						x		
Cercanía de las coordinaciones con respecto a los centros de trabajo						X			X
Condiciones climáticas y ambientales	X								X
Seguridad vial deficiente				x			x		
Ubicación geográfica de la coordinaciones regionales	X							x	
Vías de transporte deficientes				x			x		

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

Análisis POAM:

Una vez completado el perfil de oportunidades y amenazas se logró comprender que la creación de la ONG “Talento venezolano en el exterior” cumplirá un papel determinante en la reconstrucción de un nuevo modelo de país y en la ampliación de una nueva visión sobre la migración como una práctica segura y rentable desde todos los puntos de vista.

En el aspecto político se puede observar que la propuesta representa una alternativa para que el estado estructure una política migratoria sensata dirigida a promocionar el talento humano venezolano como un producto de gran calidad. En este sentido se plantea la posibilidad de generar nuevos escenarios de riqueza basados en la formación de un profesional capaz de competir dentro y fuera de nuestras fronteras.

En materia social se observa en el cuadro que solo existen amenazas de bajo impacto que puedan perjudicar el proyecto, mientras que la mayoría de las opiniones están dirigidas a destacar las oportunidades que pueden surgir para todos los profesionales que puedan participar en esta iniciativa. En ámbito competitivo y tecnológico, se puede concluir que todos estos aspectos están cubiertos y que por lo novedoso de la iniciativa, se irán perfeccionando para lograr un producto venezolano que pueda ser evaluado y comercializado en cualquier parte del mundo.

El ámbito geográfico se puede observar que los países de Suramérica, tienen condiciones históricas, culturales y geográficas que pueden servir para que el proceso de adaptación sea rápido y exitosa para los profesionales que serán trasladados.

4.4 Perfil de Capacidades Internas (PCI)

Cuadro N° 2 Perfil de Capacidades Internas

CAPACIDAD \ CALIFICACION	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	A L T O	M E D I O	B A J O	A L T O	M E D I O	B A J O	A L T O	M E D I O	B A J O
1. Directiva									
Administración de los recursos	X						x		
Buenas estructura organizacional	X								X
Capacidad de enfrentar las diferencias culturales		X						X	
Capacidad de negociación	X							X	
Conocimiento de los mercados suramericanos	X						x		
Creación de planes estratégicos para entornos cambiantes.						x		X	
Habilidad para manejar la inflación y el control cambiario	X						x		
Habilidad para responder a tecnologías cambiantes.			X					X	
Velocidad de respuesta a entornos cambiantes.		X					x		
2. Competitiva									
Enlaces de negocios con los países que serán clientes potenciales.		X							X
Alcance del talento humano en el exterior		X						X	
Aliados estratégicos	X						x		
Ampliación y respuesta a nuevos canales de distribución						x		X	
Disponibilidad los recursos financieros				x			x		
Distribución geográfica			X						X
Evaluación de la calidad del producto	X						x		
Capacidad de aumentar la cartera de clientes						x		X	
Capacidad para la captación y capacitación del profesional venezolano					x		x		
Cartera de clientes	X							X	
Costo de distribución						x			X
Satisfacción al país consumidor	X							X	

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

Continuación de Cuadro N° 2

3. Financiera								
Costo de desarrollo del proyecto en sus fases						x		X
Estabilidad de costos				x			x	
Estabilidad económica y financiera					x		x	
Habilidad para competir con los precios						x		X
Liquidez			X					X
Manejo de inflación	X						x	
Rentabilidad del proyecto en el tiempo		X						x
4. Tecnológica								
Maquinaria calificada y eficiente			X					X
Nivel tecnológico			X					X
Habilidad técnica y de capacitación			X					x
Aprovechamiento de nuevas tecnologías para comercialización de productos		X						x
5. Talento Humano								
Capacitación del personal del área de producción		X						x
Mano de obra especializada		X						x

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

Análisis PCI:

Una vez completado el perfil de capacidades internas, se puede concluir que la ONG “Talento humano en el extranjero” Es una iniciativa totalmente rentable y posible de manejar desde todos puntos de vista, mas sin embargo por su naturaleza novedosa, deberá hacer algunos cambios es su dinámica financiera y de logística para alcanzar unos niveles de competencia con estándares internacionales.

De la misma forma se observa que existen las amenazas propias de un país que es cambiante y de una situación económica que debe ser planificada para lograr el éxito que un proyecto de esta envergadura puede tener.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

“Talento humano venezolano en el extranjero”

5.1 Presentación de la propuesta

La creación de la ONG “Talento humano venezolano en el extranjero” implica generar un plan estratégico, puesto que la ONG que es una organización que debe ser proyectada desde sus inicios hasta la materialización de su estructura. En este sentido es propicio proponer para su desarrollo un “Modelo estratégico operativo” que consta de las siguientes fases:

1- DOFA

2 - Objetivos

3- Estrategias

5.2. Objetivos de la Propuesta

El diseño del plan para conformar la ONG “talento humano en el extranjero” debe tener como propósito central y secundario, estructurar una logística que permita el desarrollo pleno de la propuesta. En este sentido se plantean los siguientes objetivos:

5.2.1. Objetivo General

Posicionar de forma exitosa a los venezolanos en los países de Suramérica a través de la creación de una ONG llamada “talento humano venezolano en el extranjero”

5.2.2 Objetivos Específicos

- Capacitar al recurso humano que fue captado, en el manejo de competencias técnicas y profesionales para optimizar su desempeño en el país donde harán carrera.
- Presentar un plan logístico que muestre cómo será el traslado y ubicación de cada profesional en su país de destino.
- Evaluar de forma constante el desempeño integral de cada uno de los profesionales en su praxis diaria, a través de las coordinaciones sectoriales ligadas al sistema colegiado de cada país.

5.3 Factibilidad Técnica

La creación de la ONG “talento humano venezolano en el extranjero” implica la concentración de múltiples disciplinas y de factores para la conformación de un equipo integral que sea capaz de multiplicarse para dominar todas las áreas de este macro proyecto.

En tal sentido se iniciaría con la creación de una oficina central de operaciones ubicada en Caracas y posteriormente una sede en cada estado del país. Cada una de estas dependencias estará bien dotadas de unidades móviles, computadoras y demás. En segundo lugar se conformaran 3 comisiones que son básicas para el funcionamiento básico de la ONG:

5.3.1 Factibilidad Operativa

Conformación de las tres comisiones de funcionamiento táctico y operativo:

- a) Comisión de logística: esta comisión tendrá como propósito fundamental, enlazar toda dinámica de las diferentes sedes asociadas en el país, así como también hacer todas las conexiones institucionales en materia jurídica y de permisología que se deben cumplir para lograr la solvencia en materia legal en todas las fases de proyecto, a su vez esta comisión se encarga de coordinar todas las estrategias que en materia de captación, capacitación, traslado y evaluación de desempeño se refieran.

- b) Comisión de finanzas: esta comisión estará encargada de la gestión y manejo de los recursos económicos con que cuente la ONG. Aunque es bien sabido que la ONG no se fundan con fines de producir riquezas, es necesario el manejo de algunos recursos básicos para su funcionamiento, tal es el caso de la conversión, entrada y salida de divisas extranjeras al país, así como también el mantenimiento y la sustentabilidad de la organización en el tiempo y en el espacio.

- c) Comisión de publicidad y mercadeo: este segmento estará dirigido a cubrir la necesidad de comunicación que se debe generar en una organización que funcione en diversas latitudes y con multiplex posturas culturales y profesionales involucradas. La creación de páginas web de blogs interactivos y de campañas publicitarias que sirvan para informar.

5.4 Factibilidad Económica

El éxito de cualquier empresa está en vender un producto de calidad al cliente y en ofrecer una buena retribución a quien ofrece el producto.

Países como la India, Sudáfrica, y Cuba por mencionar otros, al logrado perfeccionar esta praxis de ofrecer capital humano especializado a diversos países del mundo. El éxito de este tipo de iniciativa se desarrolla en dos direcciones, una en ofrecer al profesional buenas posibilidades de mejorar su condición económica y la otra ofrecer al cliente un producto estandarizado y de gran calidad.

El presta un servicio de calidad como el área de medicina, educación e ingeniería, podría significar recibir pagos en monedas (\$) que sin duda será un negocio rentable que genere dividendos, riquezas y bienestar al país.

5.5 Desarrollo de la propuesta

Nombre de la ONG: “Talento humano venezolano en el extranjero”

Misión: Generar una nueva forma de promocionar el talento humano venezolano, como un valor agregado para la creación de riqueza y de oportunidad a nivel nacional e internacional.

Visión: Crear en Venezuela una plataforma socioeducativa que permita el desarrollo del talento humano como una competencia articulada en todas as áreas del conocimiento, con la fundación de universidad que potencien a sus egresados en carreras que puedan ser desempeñadas dentro y fuera del país de tal forma que en un futuro mediano Venezuela pueda vivir una producción de profesionales con éxito en otras latitudes y contribuyan al crecimiento del país

Matriz DOFA



Figura 2

Fuente: Chávez y Pineda (2019)

PLAN DE ACCION N° 1

Objetivo: Capacitación del recurso humano

Indicadores:

- Elevar la calidad profesional de cada aspirante
- Reforzar competencias técnicas y operativas para mejorar su desempeño
- Certificar a los aspirantes en el manejo de estándares internacionales de gerencia publica

Responsables:

- La ONG
- La comisión de desarrollo profesional
- Los facilitadores
- Cada uno de los profesionales en formación

Verificación:

- Aplicar diversas evaluaciones a lo largo del curso
- Cada profesional debe presentar una producción intelectual para ser certificado

Limitantes:

- Elaboración de los pensum de contenido que deben manejarse
- Como dirección las competencias a cada profesional y su carrera
- No lograr la certificación de la mayoría y perder la inversión de este recurso

PLAN DE ACCION N° 2

Objetivo: Plan para el traslado

Indicadores:

- Uso de horarios y cronogramas de traslado, hospedaje e instalación
- Publicación de los planes en todas las redes sociales
- Uso de rutinas

Responsables:

- Comisión de logística
- Comisión de publicidad

Verificación:

- Chequeo de itinerarios
- Monitoreo de publicación

Limitantes:

- No cumplir con las actividades
- Acceso restringido de internet

PLAN DE ACCION N° 3

Objetivo: Evaluación

Indicadores:

- Aplicación de varemos para la medición del desempeño
- Visitas guiadas a los lugares de trabajo
- Orientaciones permanentes sobre la praxis laboral

Responsables:

- Coordinaciones sectoriales de cada país
- Comisiones de trabajo
- Equipo interdisciplinarios

Verificación:

- Publicación de los resultados
- Elaboración de informes periódicos
- Registro y control de asesorías

Limitantes:

- La subjetividad de los aspirantes
- El traslado de las personas
- El tiempo para profundizar en cada caso

ESTRATEGIAS A UTILIZAR

Publicitarias

- Vallas publicitarias
- Redes Sociales
- Medios de comunicación (TV, radio)

De formación

- Talleres
- Seminarios
- Curso teóricos-prácticos
- Conversatorios

Evolución y control

- Elaboración de varesos
- Mejoramiento continuo de capacitación de todos los profesionales
- Apoyo emocional

CONCLUSION

Toda estrategia tiene una metodología, está a su vez tiene unas actividades y unos recursos con la cual se debe desarrollar.

Trabajar con un proyecto tan ambicioso como la creación de una ONG multinacional implica un esfuerzo de mercadeo, de comunicación y de logística muy grande que solo se puede realizar si existe un propósito bien claro de lo que se desea.

Una de las múltiples virtudes que tiene este proyecto es brindar a los profesionales venezolanos la posibilidad de contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de miles de personas dentro y fuera del país.

En el extranjero contribuir al desarrollo de un país que necesita del recurso humano y acá en Venezuela mejorar la calidad de vida de miles de familias que se verán beneficiadas directa e indirectamente.

Esta propuesta además será fuente de inspiración para muchas instituciones que querrán optar por enviar a su gente mejor preparada hacia otro horizonte. Habrá entonces universidades interesadas en crear un perfil profesional con miras a cubrir estándares internacionales y a su vez se verá una estructura que crecerá hasta ser un baluarte en la conformación de una nueva Venezuela.

RECOMENDACIONES

Toda propuesta es factible de perfeccionarse en el tiempo, por ende se hacen las siguientes recomendaciones:

- a) Pretender trabajar en la formación, canalización y consolidación del talento humano no es una tarea fácil, por consiguiente se debe saber pensar en procesos, tiempos y espacios que siempre serán tan dinámicos y cambiantes
- b) Esta práctica de convertir el talento humano en un motor de producción de bienes y servicios no puede ser una práctica de tiempos difíciles al contrario debe entenderse este ensayo, como una política de estado bien seria para desarrollarse a Venezuela como un país productor de pensamiento integral independiente de exportación.
- c) Esta investigación solo queda en proceso embrionario por consiguiente se hace la invitación a todos los entes interesados a continuarla y profundizarla en próximas investigaciones
- d) Pretender trabajar en la formación, canalización y consolidación del talento humano no es una tarea fácil, por consiguiente se debe saber pensar en procesos, tiempos y espacios que siempre serán tan dinámicos y cambiantes
- e) Esta práctica de convertir el talento humano en un motor de producción de bienes y servicios no puede ser una práctica de tiempos difíciles al contrario debe entenderse este ensayo, como una política de estado bien seria para desarrollarse a Venezuela como un país productor de pensamiento integral independiente de exportación.
- f) Esta investigación solo queda en proceso embrionario por consiguiente se hace la invitación a todos los entes interesados a continuarla y profundizarla en próximas investigacione

REFERENCIAS

Barón, Sandra; Fermín, Susana; Molina, Enmari (2015). **“Estrategias de mercadeo basadas en el marketing digital orientadas a la captación de nuevos clientes de las pymes.”**. Valencia: Universidad de Carabobo.

González, Valentina (2013) **“Plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la empresa Invermedica, C.A en el mercado de insumos y equipamiento médico del estado Carabobo”**. Valencia: Universidad José Antonio Páez.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Cámara. Dionisio; Cruz Ignacio, (2004). **“Marketing”**. Décima edición, España editorial Prentice Hall

Tamayo, Mario (1997). **“El Proceso de la Investigación científica”**. México editorial Limusa,

Terán, Rafael (2015). **“Propuesta de implementación de un plan estratégico para la Imprenta Gutemberg ubicada en la ciudad de Quito”**.Ecuador: Pontifica Universidad Católica del Ecuador

Zarra, Verónica (2013). **“Plan estratégico de imagen corporativa para la empresa Mogra International, S.A”**. Valencia: Universidad José Antonio Páez.

ANEXOS

Lea cuidadosamente cada uno de los interrogantes y responda **SI** o **NO**

PREGUNTAS	SI	NO
1. ¿Considera que en esta universidad se desarrolla el talento humano?		
2. ¿Considera que el talento humano es una combinación de cómo somos al nacer y que aprendemos?		
3. ¿Le gustaría pertenecer a ONG encargada de posicionar el talento humano de esta universidad en algún país de Suramérica?		
4. ¿Piensas que el dinero que devenga un profesional de tu área cubre las necesidades básicas de un venezolano?		
5. ¿Piensas que la crisis económica que vive nuestro país, nos impulsa a pensar en la posibilidad de la migración?		
6. ¿Si se te ofrece un proyecto de desarrollo profesional, en los países de Suramérica lo tomarías?		
7. ¿Considera usted que en los actuales momentos es posible desarrollarse, como profesional, en el mundo del mercadeo?		
8. ¿Conoce usted algún caso de profesionales de esta rama que haya logrado tener éxito en otro país?		
9. ¿Consideras que tu perfil como egresado de esta universidad te ha formado en competencia técnicas y académicas para insertarte en cualquier mercado laboral?		
10. ¿Considera que es momento para migrar fuera de Venezuela?		
11. ¿Considera que el éxito o fracaso de la migración depende de las capacidades de adaptación y1 las oportunidades que te ofrezcan?		
12. ¿Consideras que el venezolano dentro de la formación de su idiosincrasia, posee un carisma que lo proyecta hacia el éxito?		

