



**PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE
LA ESCUELA PARQUE CANINO SAN DIEGO, VALENCIA ESTADO
CARABOBO.**

Autor(a):

Morales Bolívar, Angélica Mercedes



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADERO
CARRERA MERCADERO

**PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE
LA ESCUELA PARQUE CANINO SAN DIEGO, VALENCIA ESTADO
CARABOBO**

Autor(a):

Morales Bolívar, Angélica Mercedes

Tutor(a):

Econ. Yandyra Páez

San Diego, 2020



SEMESTRE REGULAR _____

SEMESTRE EXTRAORDINARIO _____

ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

DATOS PERSONALES	
Autor(es)	
Nombre: <u>Angélica Morales</u> C.I.: <u>27.063.083</u> TLF.: <u>0414-0422139</u>	
DATOS ACADÉMICOS	
Carrera: Mercadeo	
Título del trabajo	
Plan de acción que permita formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.	

Planteamiento del Problema

La Escuela Parque Canino San Diego, quien al inicio de su emprendimiento se hizo esta y otras interrogantes que lo han llevado a establecer alianzas para publicidad y promoción con empresas como Alimentos Super S Venezuela, Ferretería EPA, FUNCAVEN, ConstruMarket, Alcaldía de San Diego entre otras. Pero estas alianzas han estado determinadas por el azar y por suerte como lo describe su presidente y fundador Lic. Nelson Valecillos lo cual lo puede haber expuesto a situaciones no tan idóneas donde su emprendimiento pudiese no haber obtenido el mayor potencial de dichas alianzas al no tener un plan instituido para el establecimiento de estas.

De lo anteriormente descrito, lo que ha sucedido en cuanto al tema de las alianzas estratégicas en la escuela parque canino san diego, es que han sido alianzas estratégicas mayormente de publicidad o promoción, dichas estrategias son establecidas por poco tiempo y con fines en común para las instituciones con las que se realizan dichas alianzas, sucede que al haberse cumplido el objetivo previamente establecido se abandona dicha alianza.

Por lo antes expuesto, se propone diseñar un plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego, que permita llevar a cabo una eficiente publicidad y promoción de este servicio, orientado al adiestramiento de las personas en función a sus mascotas caninas para que estos puedan tener una sana convivencia. Finalmente, dicha investigación tiene como propósito establecer alianzas estratégicas que perduren a lo largo del tiempo a través de dicho plan de acción.

Lugar donde se desarrollará el proyecto: Parque Canino San Diego. Municipio San diego, Urb La esmeralda (Parque de baseball)

Tiempo de desarrollo 4 Meses (16 semanas)

Tutor Académico Propuesto

APROBADO por
Dirección de Escuela

NO APROBADO por
Dirección de Escuela

Resumen del Anteproyecto
<p>Autor (es):</p> <p>Apellidos y Nombre: <u>Angélica Morales</u>Correo electrónico: angelica_morales99@hotmail.com</p>
<p>Carrera: Mercadeo</p>
<p>Título de Anteproyecto:</p> <p>Plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego.</p>
<p>Línea de Investigación</p> <p>Publicidad y Promoción; Alianzas estratégicas</p>
<p>Formulación del Problema</p> <p>De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, en la presente investigación, se plantea la siguiente interrogante:</p> <p>¿De qué manera contribuirá el Plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego, que permita llevar a cabo una eficiente publicidad y promoción, logrando el posicionamiento y continuidad de este emprendimiento y sus aliados en el mercado actual?</p>
<p>Objetivo General:</p> <p>Proponer un plan de acción que permita formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.</p>
<p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diagnosticar la situación del proceso para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego. -Identificar las estrategias factibles para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego. -Diseñar un plan de acción para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.



Materias o áreas del conocimiento del Pensum que intervienen en la realización del proyecto (Enumérelas) 1) Fundamentos económicos, 2) Estadística, 3) Análisis de Mercados, 4) Comportamiento del Consumidor, 5) Planificación estratégica de Mercadeo, 6) Gestión de Producto, 7) Investigación de Mercado, 8) Administración de Ventas, 9) Metodología de la Investigación, 10) Gestión de Promoción, 11) Imagen e identidad Corporativa.

Tutor Académico propuesto

Nombre: Yandyra Páez Teléfono: 0424-4497419

Correo electrónico tutoriasyandy@gmail.com Firma: _____

Coordinación de Pasantía y Trabajo de Grado Dirección de Escuela

APROBADO
Econ. Yandyra Páez

Nombre:

Nombre

ANEXO L



UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
COORDINACION DE PASANTIAS
Y TRABAJO DE GRADO

ACTA N° 0058-7-2021
San Diego, 27 de Julio del 2021

Ciudadano
ANGELICA MORALES C.I. 27.063.083.

Cumplo con informarle que, la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado: **PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE LA ESCUELA PARQUE CANINO SAN DIEGO, VALENCIA ESTADO CARABOBO**". Como requisito para optar al título de Licenciado en Mercadeo.

Sin otro particular, se suscribe de usted

Atentamente.

Dra. Patricia Díaz
Decana de la Facultad de Ciencias Sociales.

"Se Aprueba Proyecto (Anexo L) sin revisión Metodológica."

"Plan Universidad en Casa."

"Una vez que cese el Plan Universidad en Casa, se firmará y sellará."

ANEXO M

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Yandira Páez, en mi carácter de tutor del **trabajo de grado** presentado por el(la) ciudadano(a) Angélica Mercedes Morales Bolívar , portador(a) de la cédula de identidad N° V- 27.063.083, titulado Plan de Acción para Mejorar las Alianzas Estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciatura en Mercadeo, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los 19 días del mes de Agosto del año dos mil veintiuno.

APROBADO
Econ. Y andyra Páez

INDICE

	pp.
LISTA DE CUADROS	xi
LISTA DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN INFORMATIVO	xiii
INTRODUCCION	1
CAPITULO I	4
EL PROBLEMA	4
1. Planteamiento del Problema.....	4
1.1 Formulación Del Problema.....	8
1.2 Objetivos	9
1.2.1 Objetivo General	9
1.2.2 Objetivos Específicos.....	9
1.3 Justificación De La Investigación.	9
Alcances y Delimitaciones.....	10
CAPITULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 Antecedes De La Investigación	12
2.2 Bases Teóricas.....	17
2.2.1Teoría Del Desarrollo Económico De Schumpeter.....	18
2.2.2 Teoría Clásica De La Administración	18
2.2.3Teoría De Mercadeo (Marketing)	20
2.2.4 Plan Estratégico	20
2.2.5 Plan De Acción.....	21
2.2.6 Alianzas Estratégicas	21
2.2.7 Ventajas De Las Alianzas Estratégicas En Las Organizaciones	22
2.2.8 Riesgos De Las Alianzas Estratégicas.....	22
2.2.9 Tipos De Alianzas Estratégicas.....	23

2.2.10 Para Establecer Alianzas Estratégicas:	23
2.3 Definición De Términos Básicos	24
CAPITULO III	26
MARCO METODOLOGICO	26
3.1. Tipo Y Diseño De La Investigación	26
3.2 Nivel y Modalidad de la Investigación.....	27
3.3 Fases Metodológicas de la Investigación.....	28
CAPITULO IV.....	32
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	32
4.1. Resultados de la entrevista.	32
4.2 Resultados del Cuestionario.....	39
CAPÍTULO V.....	49
LA PROPUESTA.....	49
5.1 Descripción de la Propuesta.....	49
5.2 Objetivos de la Propuesta	51
5.3 Justificación de la Propuesta.....	51
5.4 Beneficios de la Propuesta.....	52
5.5 Estudio de Factibilidad	53
5.6 Plan de Acción	59
Conclusiones	60
Recomendaciones	62
ANEXOS.....	63
A: Guion de Entrevista.....	63
B: Encuesta.....	64
REFERENCIAS	65

LISTA DE CUADROS

CUADROS	pp.
1. Función de la escuela canina	32
2. Alianzas Estratégicas.....	33
3. Establecimiento de Alianzas.....	33
4. Bases de las Alianzas Estratégicas.....	34
5. Situación actual de las alianzas estratégicas	35
6. Desempeño de las alianzas estratégicas	35
7. Bases actuales de las alianzas estratégicas.....	36
8. Factibilidad del plan de acción	37
9. Conocimiento del término alianzas estratégicas	39
10. Alianzas estratégicas en la actualidad.....	40
11. Práctica de las Alianzas Estratégicas.	41
12. Aceptación de las alianzas estratégicas.....	42
13. Participación en alianzas estratégica.....	43
14. Estrategias de Promoción.....	44
15. Factibilidad Estrategias de Promoción.	45
16. Factibilidad.	46
17. Viabilidad Estrategias De Promoción.....	47
18. Beneficios de las alianzas estratégicas.....	48
19. Recursos Técnicos.....	54
20. Recursos Financieros.....	57
21. Relación Costo/Beneficio	57
22. Plan de Acción Para Mejorar Las Alianza Estratégicas Dentro de la Escuela Parque Canino.	59

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO	pp.
1. ¿Sabe usted a que se refiere "alianzas estratégicas"?	39
2 ¿Es de su conocimiento si actualmente la escuela parque canino posee una alianza estratégica?	40
3 ¿Cree usted que la escuela parque canino debe practicar constantemente el tema de las alianzas estratégicas?	41
4 ¿Ha sido de su gusto las alianzas estratégicas que se han llevado dentro de la escuela en el pasado?	42
5 ¿Ha Sido participe en prácticas dentro de la escuela parque canino, donde el fin común sea un alianza estratégica?	43
6 Una alianza estratégica de promoción se produce cuando dos compañías se asocian para promocionar sus productos o servicios en conjunto. ¿Le gustaría que la escuela donde hace vida cuente con una alianza estratégica de promoción?	44
7. ¿Le parece factible crear alianzas estratégicas de promoción?	45
8. ¿Considera usted factible la elaboración de un plan para formar alianzas estratégicas?	46
9. ¿Le gustaría que dentro de dicho plan se establezcan estrategias de promoción?	47
10. ¿Le gustaría que dichas alianzas estratégicas a formar aporten material publicitario e implementos para que puedan ser utilizados en el parque canino?	48



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADERO
CARRERA: MERCADERO

PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE LA ESCUELA PARQUE CANINO SAN DIEGO, VALENCIA ESTADO CARABOBO

Autor: Angélica Mercedes Morales Bolívar
Tutor Académico: Prof. Yandyra Páez
Fecha: Agosto, 2021

RESUMEN INFORMATIVO

El propósito de la presentación del proyecto denominado Plan De Acción Para Mejorar Las Alianzas Estratégicas De La Escuela Parque Canino San Diego, Valencia Estado Carabobo, surge para dar a conocer una serie de estrategias para formar alianzas estratégicas, presentes en la escuela. El presente trabajo de grado es elaborado con la intención de diagnosticar la situación actual de las alianzas estratégicas dentro de la escuela, por consiguiente se realizaron una serie de entrevistas para recolectar la información necesaria, y por consiguiente la aplicación de encuestas para recolectar los datos necesarios para poder describir las posibles estrategias que llevara el plan de acción. En este orden de ideas, la investigación es de nivel descriptivo, con una investigación de campo, donde el proyecto se encuentra bajo la modalidad de proyecto factible, en este mismo orden el proyecto está enmarcado en fases metodológicas: iniciando con la fase I basada en el Diagnostico, siguiendo la fase II se encuentra descrita por la Identificación de la problemática en estudio y la factibilidad de dicho plan, en último orden destaca la fase III que describe el Diseño, tras el cumplimiento de dichas fases se procede a la delimitación de los recursos y por consiguiente el diseño de la propuesta en curso.

Descriptor: Alianzas Estratégicas, Plan de Acción.

INTRODUCCION

Inicialmente, la situación de un mundo más competitivo, obliga a las empresas a complementar o compensar debilidades o convertir estas mismas en fortalezas a través de alianzas para complementarse, el criterio fundamental es que todos ganen y que por tanto se deben asumir nuevos paradigmas para crear una imagen limpia de la empresa.

En este sentido, las alianzas estratégicas han sido, en los últimos tiempos, uno de los fenómenos que ha conmocionado el entorno empresarial, a nivel mundial. Las empresas se alían para cooperar y por tanto obtener un mayor grado de competitividad. En este orden, el objetivo de crecimiento de un emprendimiento obliga a explorar nuevas líneas de mercadeo, su consecución es respondida a través de la complementación de recursos y capacidades individuales de las mismas.

Es por ello, que la investigación establece como propósito de estudio presentar un plan de acción con estrategias requeridas para formar alianzas estratégicas dirigidas a la Escuela Parque Canino, ubicada en el Estado Carabobo, Municipio San Diego, destacando una realidad en la falta de formación de un plan que lleve a garantizar la formación de alianzas estratégicas.

Por consiguiente, el estudio de las variables presentes en la Escuela Parque Canino, arroja como resultado la situación actual en cuanto al tema de las alianzas estratégicas, enfatizando en la problemática que da origen a la siguiente propuesta, es necesario resaltar la planificación de un plan exclusivo para la escuela parque canino con estrategias previamente detalladas para el fortalecimiento de las alianzas estratégicas, como solución

a tal situación, se busca desarrollar ideas que logren responder a dicha problemática presente.

En el mismo orden de ideas, la presente investigación está enmarcada en la modalidad de proyecto factible, de campo, de tipo descriptiva con revisión documental, que permitirá la descripción de las variables contempladas en los objetivos específicos, desarrollando el estudio con un procedimiento sistemático desde la selección de los datos relacionados con el tema en una línea de desarrollo sustentable.

Para alcanzar los objetivos trazados en la presente investigación, es necesario realizar un previo estudio sobre los conceptos fundamentales de alianzas estratégicas a nivel general, en segundo orden, estudiar cuáles son las necesidades de adquirir las mismas, así como cuáles serán las posibles estrategias que se podrán describir dentro del Plan para mejorar las Alianzas Estratégicas para la Escuela Parque Canino San Diego.

En este orden de ideas, en el capítulo I se despliega el planteamiento del problema, en el cual se demuestra la situación de estudio contextualizado dentro del ambiente de las alianzas estratégicas, delimitando el alcance de la problemática planteada, en conjunto con los objetivos de la investigación, la justificación, resaltando así la importancia que presenta la investigación.

Seguidamente, el capítulo II, denominado marco teórico, inicia con los antecedentes de la investigación, que por su relevancia guardan referencia con el presente trabajo, de igual forma, se presentan las bases teóricas que sirven de fundamento para la misma, finalmente se presenta una definición de términos básicos, los cuales ayudaran al lector a comprender la investigación, ya que contiene términos propios del presente estudio.

Por otra parte, en el capítulo III, se presentan los aspectos metodológicos mediante los cuales se desarrolla la investigación, en particular su tipo y diseño, elaborado en la modalidad de proyecto factible, de campo, de tipo descriptiva, describe como instrumento de recolección de datos la entrevista y la encuesta, finalmente se utiliza como técnica de análisis de datos, el análisis de contenido.

Siguiendo el párrafo anterior, en el capítulo IV se describen detalladamente cada uno de los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos aplicados en dicha investigación tales como la entrevista y la encuesta, a través de los resultados obtenidos se procede a la elaboración de dicho plan en estudio.

Este orden de ideas, se describe el capítulo V, correspondiente al desarrollo e la propuesta en estudios, se procede a la descripción de la misma, se establecen los objetivos generales y específicos, aportando la justificación y beneficios de la propuesta, avalado por un estudio de factibilidad técnico, organización y económico, de tal forma que da apertura al diseño del plan de acción.

En último punto, a través del desarrollo de la presente investigación conformada por cinco capítulos, se determinan las conclusiones y recomendaciones para ser descritas y sintetizar la investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1. Planteamiento del Problema

En Venezuela debido a los cambios sociales, políticos y económicos acaecidos hacia las últimas dos décadas del Siglo XX como el Famoso Viernes negro de 1983 en donde el Bolívar perdió su estabilidad y sufrió su primera gran devaluación ante el Dólar estadounidense, la agitación social y los hechos ocurridos el 27 de febrero de 1989 e intentos de golpes de estado, además de una aguda crisis bancaria y financiera situaron a los venezolanos en un ambiente muy complejo para la estabilidad financiera, con lo cual las empresas y los ciudadanos debieron adaptarse a todos estos cambios para lograr mantenerse presentes y sobrevivir en un mercado y una economía tan cambiante.

Por lo antes expuesto, muchas empresas desaparecieron y a su vez el desempleo creció con lo cual muchas personas migraron a lo que se conocía en ese momento como economía informal, en calidad de mercaderes o revendedores de productos determinados con lo cual se concibe como el primer paso de lo que actualmente se conoce como emprendimiento. No está de más mencionar, el concepto de emprendimiento, según (Schumpeter. 1935) quien percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Define el emprendimiento:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo.(s/p)

En la actualidad debido a la pandemia Sars- Covid-19 y en la situación particular que atraviesa la economía venezolana, se ha disparado de una manera incontrolable el emprendimiento por parte de las personas comunes rompiendo los paradigmas institucionalizados a lo largo del Siglo XX donde las personas solían, estudiar o prepararse para poder laborar en una empresa sólida y bien constituida y poder así obtener beneficios económicos y proveer calidad de vida, mientras que la empresa daba el estímulo a la economía con su existencia y funcionamiento; mientras aquellas personas que atravesaban el desempleo se dedicaban a lo previamente catalogado como economía informal, lo cual en algunas esferas sociales e incluso legales no era bien visto.

A nivel mundial, con el ascenso de los Millennials como público objetivo, el mercado ha cambiado radicalmente, ya que el consumidor busca adquirir bienes y servicios locales para no solo incentivar la economía de su entorno, sino también por la rapidez, personalización y eficacia en la atención al cliente, cosa que las grandes empresas debido a su envergadura no pueden igualar, el consumidor también busca más los productos hechos a mano o semi-industrializados, así como los productos alimenticios más naturales y menos procesados posibles.

Actualmente las situaciones previamente mencionadas han impulsado a reinventarse constantemente y a llevar a las personas a adquirir o desarrollar habilidades para poder fabricar bienes de consumo, servicios o simplemente mercadear productos terminados para el mercado minorista, con lo que muchas de estas, solventan una necesidad momentánea pero que puede ser también el primer paso a una profesionalización de esa actividad lo que los convierte paulatinamente en emprendedores.

Según el concepto anteriormente descrito sobre el emprendimiento, actualmente en Venezuela son diversas las organizaciones que prestan apoyo a los nuevos emprendedores, una de las más resaltantes es, Fundación Empresas Polar que a través del año lanza diversos programas de formación para capacitación de emprendedores y de esta forma seguir apostando por el desarrollo económico y social del país. De este modo, surge la iniciativa para que los emprendimientos actuales se adapten a estos cambios socio-económicos para poder consolidarse, llevando a cabo planes para poder realizar alianzas de la manera más eficiente, que les permita mantenerse en el mercado.

Según estudio realizado (Entrepreneur, 2020), una alianza puede definirse como la unión de personas, empresas o países, mediante la cual se da un compromiso de ayuda o apoyo mutuo para lograr un fin determinado, con beneficios similares para las partes que la conforman. Por otra parte, una estrategia es un plan de acción que define como una organización usará sus recursos tangibles e intangibles para lograr una mayor ventaja competitiva en el medio ambiente de los negocios en el que se desarrolla.

De este modo, hoy en día es una modalidad a la que recurren cada vez más empresas para compartir recursos desarrollados y abundantes en una empresa, y escasos en otra, tanto en el aspecto financiero y personal, como

en las áreas comercial, técnica, tecnológica, fondos, inversiones, credibilidad, prestigio y sistemas establecidos de distribución a nivel nacional e internacional.

Así mismo, esta manera de operar está adquiriendo gran importancia en el mundo de los negocios ya consolidados o por consolidar, ya que la competencia global se intensifica en relación con accesos a mercados, nuevos productos, tecnologías, recursos financieros, costos de fabricación o restricciones ecológicas.

Según (Clemente, 2020), a través de un artículo publicado en la revista de la Universidad José Antonio Páez, describe lo siguiente “Las alianzas, se originan por etapas y no ocurren de manera espontánea; sin embargo, algunas circunstancias o situaciones llevan al momento en el que las organizaciones se hacen preguntas de esta índole ¿Cómo cumplimos las nuevas metas de crecimiento? Ò ¿Cómo accedemos a un mercado nuevo que tiene potencial, pero no tenemos la experiencia? Hasta que se llega a la noción de que podría alguien externo colaborar para la consecución de esos objetivos y es allí cuando se preguntan ¿Cómo y en qué momento se hace una alianza estratégica?”

Tal es el caso de La Escuela Parque Canino San Diego, quien al inicio de su emprendimiento se hizo esta y otras interrogantes que lo han llevado a establecer alianzas para publicidad y promoción con empresas como Alimentos Super S Venezuela, Ferretería EPA, FUNCAVEN, ConstruMarket, Alcaldía de San Diego entre otras. Pero estas alianzas han estado determinadas por el azar y por suerte como lo describe su presidente y fundador Lic. Nelson Valecillos lo cual lo puede haber expuesto a situaciones no tan idóneas donde su emprendimiento pudiese no haber obtenido el

mayor potencial de dichas alianzas al no tener un plan instituido para el establecimiento de estas.

De lo anteriormente descrito, lo que ha sucedido en cuanto al tema de las alianzas estratégicas en la escuela parque canino san diego, es que han sido alianzas estratégicas mayormente de publicidad o promoción, dichas estrategias son establecidas por poco tiempo y con fines en común para las instituciones con las que se realizan dichas alianzas, sucede que al haberse cumplido el objetivo previamente establecido se abandona dicha alianza.

Por lo antes expuesto, se propone diseñar un plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego, que permita llevar a cabo una eficiente publicidad y promoción de este servicio, orientado al adiestramiento de las personas en función a sus mascotas caninas para que estos puedan tener una sana convivencia. Finalmente, dicha investigación tiene como propósito establecer alianzas estratégicas que perduren a lo largo del tiempo a través de dicho plan de acción.

1.1 Formulación Del Problema

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, en la presente investigación, se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué manera contribuirá el Plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego, que permita llevar a cabo una eficiente publicidad y promoción, logrando el posicionamiento y continuidad de este emprendimiento y sus aliados en el mercado actual?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Proponer un plan de acción que permita formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación del proceso para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.
2. Identificar las estrategias factibles para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.
3. Diseñar un plan para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

1.3 Justificación De La Investigación.

La presente investigación, se centra en la planificación de un plan con las estrategias requeridas para formar alianzas que permitan mejorar las alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino, ubicada en el municipio San Diego, estado Carabobo, para su ejecución se deben llevar a cabo ciertos estudios previos que se describen en el desarrollo de la investigación.

La Escuela Parque Canino San Diego, desde sus inicios ha establecido diversas alianzas para publicidad y promoción con diferentes empresas ubicadas en el estado Carabobo, Venezuela; con el fin de crear una alta reputación en el mercado, lo cual no arrojaron los resultados deseados por su emprendedor, es decir, surgieron situaciones no tan idóneas donde su

emprendimiento a lo que no se obtuvo el mayor potencial de dichas alianzas, se deduce que es debido a no poseer un plan instituido para el establecimiento de estas dichas alianzas.

En el mismo orden de ideas, la investigación tiene la intención de presentar un plan de estrategias que tenga utilidad en caso de formar alianzas estratégicas. Cabe decir que se estima ineludible diseñar este plan, ya que será un aporte metodológico con el cual se espera que se pueda llevar a cabo en un futuro para así disminuir los fracasos de dichas alianzas. No obstante, se realiza el planteamiento anteriormente descrito con la fuerte convicción de que se pueden llegar a fortalecer las alianzas estrategicas de la Escuela Parque Canino San Diego, creando asi estrategias factibles y previamente descritas en la presente investigacion que permitan dar como resultado el poder diseñar un Plan De Alianzas Estrategicas.

Dicho esto, es de suma importancia resaltar los beneficios que traerá en cuanto al desarrollo de la propuesta descrita, ya que permitira a la escuela poseer un Plan De Alianzas Estrategicas estrictamente diseñado y desarrollado, con esto se evitara los fracasos que ya han sucedido en el pasado de anteriores alianzas, y de este modo fortalecer el progeso de la misma a traves de dicho plan.

Alcances y Delimitaciones

En este sentido, la investigación, se centra en el Diseño de un Plan de estrategias para las alianzas estratégicas, para su ejecución es necesario deliberar el estatus actual en cuanto a las estrategias para formar dichas alianzas, en este sentido, la investigación va dirigida directamente en la Escuela Parque Canino del municipio San Diego, del Estado Carabobo, por consiguiente dicho plan es con el fin de mejorar los niveles de alianzas estratégicas dentro de dicha Escuela.

En segundo orden, se realizara el estudio sobre las alianzas estratégicas dentro de la escuela parque canino a través de una entrevista con preguntas abiertas previamente diseñadas desglosando los objetivos específicos de la investigación, dicho esto, el plan será diseñado con la intención de que sea utilizado por la Escuela para la formación de alianzas estratégicas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico consiste principalmente en integrar el tema de la investigación con las teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general que se refieren al problema de investigación, organizando todos los elementos contenidos, se manejan de manera que sean convertidos en acciones completas. Tamayo y Tamayo (2012:148), manifiesta que: “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas”.

Dentro de este marco, se tiene como premisa en la realización de un plan estratégico para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino, la implementación de estrategias óptimas para la formación de alianzas, con la ambición de crear un plan que contenga buenas estrategias y a su vez que sea factible en la institución donde van a recibir dicho plan; en efecto, esto será de gran ayuda para evitar cometer nuevamente errores que se han cometido anteriormente en el pasado y han conllevado al fracaso de dichas alianzas.

2.1 Antecedes De La Investigación

Se refiere a los estudios previos y tesis de grado relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente que guardan alguna relación con el problema en estudio, en este punto se deben señalar, además de los autores, el año en que se realizaron los estudios, los objetivos como también hallazgos principales de los mismos, que sirven a la vez de guía al investigador que le permite hacer comparaciones como también ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad, de este

modo los antecedentes están representados por tesis de grados, postgrados, doctorales y otros trabajos de investigación de cualquier casa de estudio universitaria u organización empresarial.

Por su parte, Arias (1999:14) en su libro titulado El Proyecto de Investigación (3era edición), se refiere a los estudios previos y tesis de grado relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio. Debe evitarse confundir los antecedentes de la investigación con la historia del objeto de estudio en cuestión.

En el mismo orden de ideas, en el presente capítulo, se exponen antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de términos que sustentan la presente investigación, siendo estos aspectos fundamentales para orientar de manera razonable y apropiada la propuesta de Diseñar un plan con las estrategias requeridas para formar alianzas que permitan mejorar las alianzas estratégicas de la Escuela Parque Canino San Diego.

Antecedentes Internacionales

Masaquiza (2012), en su Trabajo de Investigación realizado en la Universidad Técnica De Ambato en Ecuador, previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas realizo un proyecto factible titulado “**Las alianzas estratégicas con los proveedores y su incidencia en la rentabilidad de la empresa metalmecánica CEP SAN de Ambato**”, el siguiente estudio investigativo está enfocado en la realización de un plan de alianza de estratégica de abastecimiento con los proveedores, la cual permitirá contar con la materia prima en el momento adecuado, eliminando retrasos, reduciendo costos de producción y aumentado la utilidad. De igual modo los

datos arrojados por la investigación de campo aplicado a los clientes internos de la empresa, dan a conocer que es muy importante, formar relaciones de cooperación con los proveedores de materia prima, con el fin de que la metalmecánica no tenga más falencias por causa de los retrasos al instante de la entrega. También la empresa cuenta con todos los implementos tecnológicos para el desarrollo exitoso de la alianza.

Del texto anterior, en concordancia con la investigación cumple con la misma finalidad ya que tiene como propuesta formar una alianza estratégica de abastecimiento con los proveedores, mediante esta alianza la empresa contará con materia prima de calidad, al momento necesario, facilidades de pago. Mientras que los proveedores tendrán la fidelidad de la metalmecánica al instante de las compras, contarán con la puntualidad en los pagos.

Según Guzmán Ceballos (2017), en su trabajo de grado realizado en la Universidad Tecnológica De Bolívar, ubicada en la ciudad de Cartagena, Colombia; dicho trabajo es presentado como requisito para optar al título de Máster en Negocios Internacionales e Integración, **propuesta para alianzas estratégicas en el departamento de sucre que potencialice su participación en mercados internacionales, en los sectores turístico, agroproductor y foodservices**, se trazó como objetivo, proponer estrategias para un esquema de alianzas estratégicas que permita fortalecer los sectores turístico, agroproductor y foodservices del departamento de Sucre, demandó caracterizar las alianzas y establecer sus fortalezas y debilidades. Se empleó una metodología de tipo cualitativo que permitiera describir las categorías de análisis, las cuales fueron interpretadas a la luz de las teorías que buscan determinar aquellas condiciones que posibilitan las alianzas entre actores que actúan en un clúster.

De lo anteriormente descrito, la investigación comparte relación ante dicho tema descrito ya que se aborda esta preocupación y se analiza desde sus potencialidades y debilidades para proponer un esquema de integración que desencadene en alianzas estratégicas para la competitividad, en cuanto el territorio sucreño debería visionarse como clúster, porque concentra un número de empresas que requieren interconectarse para desarrollar una competencia de visión compartida entre sus sectores priorizados.

Antecedentes Nacionales

Según Zambrano (2010) en su trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela, en el presente trabajo de investigación aborda el tema de la ampliación de las relaciones interinstitucionales de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO), mediante el **diseño de un modelo de alianza estratégica instrumentado bajo un plan de gestión comunicacional entre sus respectivos departamentos audiovisuales**, que se expresaría mediante el desarrollo de una coproducción audiovisual (seriado de producción permanente) para dar cobertura a la labor investigativa y procesos creativos ucevistas, reivindicando de esta manera los principios de identificación universitaria e institucional asociada al sentido de pertenencia.

Siguiendo este orden de ideas, el trabajo de grado previamente estudiado concuerda con la presente investigación ya que se aplica el modelo de las alianzas estratégicas con la finalidad de crear un plan, tal cual es el objetivo del presente trabajo.

En este orden de ideas Gamero (2012) con su trabajo **Propuesta de un Modelo Gerencial para las Cooperativas del Sector Manufactura en el Eje Costero del Estado Carabobo, Basado en el Enfoque Gerencial de la Calidad, Caso, Sector Textil**, desarrollado en la Universidad de Carabobo, Venezuela; para optar al título de Magíster en Administración de Empresa mención Gerencia, ofreció una propuesta de modelo gerencial para las cooperativas. Se trató de un estudio descriptivo, apoyado en un diseño de campo y elaborado bajo la modalidad de proyecto factible el trabajo de investigación desarrollado guarda una relación importante con el actual dado que trató en forma directa las variables modelos gerenciales y cooperativas entendidas estas como aliados estratégicos aplicados al sector textil.

De lo anteriormente expuesto, se extrae como antecedente dicha propuesta ya que guarda relación con la presente investigación debido a que tiene la modalidad de proyecto factible, desarrollando la temática en estudio tal como lo son las alianzas estratégicas y posibles aliados estratégicos.

Según Báez (2017), expone un **modelo gerencial basado en alianza estratégica para optimizar la gestión de outsourcing en proveedores de copackers del sector manufacturero**, en un trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia, en la Universidad De Carabobo, Venezuela; tiene como objetivo general desarrollar un modelo gerencial basado en alianza estratégica para optimizar la gestión de outsourcing en proveedores de copackers del sector manufacturero.

Del anteriormente descrito, la modalidad según la cual una empresa especializada es contratada para hacerse responsable sobre la actividad de fabricación de un producto o prestación de servicio de otra que lo contrata hace que se esté presente ante un proceso de outsourcing. La intención de

esta tesis de maestría es poder diagnosticar la situación actual que tienen las empresas que realizan operaciones externas definidas como copackers en cuanto a su gestión de manufactura y su interacción con las áreas de apoyo, identificando los procesos productivos y examinando un modelo de gestión adecuado, estableciendo los procesos esenciales de acción que inciden en la gestión administrativa y garanticen alineación con la estrategia de cada negocio, instaurando a su vez un tipo de evaluación que garantice la mejora continua de los procesos y la sustentabilidad en el tiempo del modelo de gestión, el diseño de dicha investigación es empírico.

Del texto anterior, contiene aspectos relevantes para la presente investigación ya que identifica los procesos y gestiones para formar ciertos modelos de alianzas estratégicas para mejorar la sustentabilidad y rentabilidad en el tiempo utilizando el outsourcing, dicho esto ante el planteamiento del problema en estudio guarda concordancia ya que se busca el éxito y la permanencia en el tiempo de las alianzas que pueda formar la Escuela Parque Canino San Diego.

2.2 Bases Teóricas

En la presente investigación, es evidente entonces, la revisión necesaria de teorías, paradigmas, estudios, entre otros, que estén vinculados al tema para posteriormente construir una posición frente a la problemática que se pretende abordar, en este sentido, Según Arias (2006: 107), las bases teóricas están formadas por: “un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoques determinados, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado”.

En esta etapa se presenta toda la información referente al tema del proyecto de investigación. Por regla general, en esta sección del estudio, se busca la definición de conceptos y ampliación de los datos obtenidos sobre la

problemática existente y los factores que la componen. Es decir que se presenta información textual o documental sobre las premisas en estudio, y puntos que tengan relación con estas, para ampliar el conocimiento sobre las mismas. En este orden de ideas, según Arias (2012: 107) afirma que “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”.

2.2.1 Teoría Del Desarrollo Económico De Schumpeter

Schumpeter,(1912) establece que la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del empresario. Este hace una combinación nueva de los factores productivos tradicional. Es decir, de la tierra, el trabajo y el capital. Schumpeter también defiende que el impulso que mueve la producción capitalista, provocando procesos de transformación continuos, es “el fenómeno tecnológico, y con él, el proceso de innovación tecnológica”.

De lo anteriormente señalado, esta teoría se relaciona parcialmente con la investigación ya que dicha organización donde se encuentra la problemática en estudio, nace desde la vocación de su emprendedor pues desde sus inicios ha abarcado diversas estrategias para darle vida a su emprendimiento, por ello actualmente se pretende diseñar un plan para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino.

2.2.2 Teoría Clásica De La Administración

Fayol (1916) Se basa en la importancia de la estructura formal de las organizaciones, como ciencia la administración, se debe apoyar en leyes o

principios flexibles que se adapten a diferentes circunstancias de tiempo o lugar. Entre las funciones que destaca Henry Fayol en su teoría, guarda relación con la presente investigación en curso, las siguientes:

Funciones técnicas: Son las funciones empresariales y primordiales de la empresa, ligadas a la producción de bienes y servicios, como las funciones productivas.

Funciones comerciales: Se enfocan en las actividades de compra, venta e intercambio. Tratan de la importancia de la producción eficiente y de que los bienes puedan llegar bien y ser consumidos.

Funciones financieras: Implican la búsqueda y la gestión del capital, donde el administrador juega un papel fundamental, ya que controla toda la economía de la empresa, evitando actos imprudentes de uso de capital.

En este orden de ideas, entre sus 14 principios los que guardan relación con el presente estudio son:

Unidad de dirección: Esta hace referencia al enfoque y a la unidad de las actividades, es decir, todas deben trabajar hacia un mismo objetivo, detallado específicamente en el plan de acción. Los que se encargan de la dirección son los máximos responsables del plan y tienen la función de supervisar la evolución de las tareas planificadas para cumplir los objetivos establecidos.

En este sentido, la teoría clásica de la administración es formulada a comienzos del siglo XX, surgió en Francia y se difundió rápidamente por Europa, se relaciona la presente investigación con esta teoría ya que se caracteriza por el énfasis en la estructura que una organización debe tener para lograr la eficiencia.

2.2.3 Teoría De Mercadeo (Marketing)

Según KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2003: 156) señala que: El "Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

Siguiendo el párrafo anterior, el marketing promueve los procesos de intercambio, en el cual, se logra la satisfacción, tanto para el productor como para el consumidor, por lo tanto, una de las tareas más importantes del marketing es identificar las necesidades y deseos que existen en el mercado, para luego, satisfacerlos de la mejor manera posible con un producto o servicio, lógicamente, a cambio de una utilidad o beneficio, para que un producto se venda, hay que darles a los consumidores lo que necesitan y desean, a un precio accesible y que puedan pagar, comunicándoselo de forma apropiada y con acceso inmediato al producto, de esta manera, no se necesitará hacer grandes esfuerzos para vender lo que se ofrece; sin lugar a dudas, una de las actividades más importantes del marketing es el de establecer vínculos permanentes entre la empresa y los clientes, con el objetivo de generar clientes de por vida.

2.2.4 Plan Estratégico

Según Mintzberg (1997: 07) "el 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 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”.

2.2.5 Plan De Acción

Según Zabala (2005; 34) “el plan de acción, se entiende como la operacionalización de los referentes teóricos o de los delineamientos estratégicos pensados y escritos. Es el poner en acción todo ello”.

Siguiendo el texto anterior, un plan de acción es como una hoja de ruta que puede ayudar a lograr metas y objetivos que se desean o requieren cumplirse. De este modo, un programa puede tomar muchos caminos para alcanzar metas, cumplir objetivos y lograr resultados exitosos.

2.2.6 Alianzas Estratégicas

Inicialmente, la alianza estratégica establece una nueva relación empresa-trabajadores transformando la empresa en una tarea común, en una tarea compartida, concibiendo a los trabajadores como “agentes del cambio”. Constituye esta alianza, “un proyecto institucional compartido”, un nuevo estilo de relación entre la administración y la organización sindical. Esta alianza se busca perseguir en forma conjunta los objetivos estratégicos de la empresa, propiciando diversos sistemas de participación, comunicación e información, trabajo en equipo, participación de resultados. (Frías 2001: 94).

De acuerdo a la definición anterior y en un sentido más sencillo, se puede definir las alianzas estratégicas como asociaciones formales entre dos o más organizaciones, a fin de llevar a cabo empresas en el corto plazo, originadas

en relaciones oportunistas o permanentes que se desarrollan como una forma de sociedad entre los participantes, teniendo como objetivo eliminar o reducir en un grado significativo la confrontación entre competidores, proveedores, clientes, nuevos participantes, y potenciales.

2.2.7 Ventajas De Las Alianzas Estratégicas En Las Organizaciones

Según Yañez (2013: 61) describe “el motivo fundamental en la formación de alianzas entre empresas es el desarrollar de manera conjunta un nuevo emprendimiento en el cual ambos socios salgan ganados; de ser así evita que uno de ellos busque su compensación llevando a cabo actuaciones que puedan perjudicar al otro”.

En concordancia con el texto anterior, el autor describe los beneficios que trae para las organizaciones que establecen alianzas estratégicas, incursionan en nuevos mercados comparten y disminuye la competencia aumentando la cooperación siendo uno de los fines de las empresas exitosas.

2.2.8 Riesgos De Las Alianzas Estratégicas

Según Yañez (2013: 62) describe “el talón de Aquiles de las alianzas es la dependencia en la experiencia y capacidades esenciales de otra empresa. Para ser líderes del mercado, una compañía tiene que desarrollar en última instancia sus propias capacidades en áreas donde el control estratégico interno sea básico para proteger su competitividad y construir una ventaja competitiva”.

Del texto anterior, el autor describe que existen situaciones a resolver en el momento que se está realizando la alianza entre las organizaciones, la

solución de las mismas dependerá de los acuerdos previos que se hayan establecido y de la pericia de los responsables de estas empresas.

2.2.9 Tipos De Alianzas Estratégicas

Según Nevado (2006: 179), existen algunos tipos de alianzas estratégicas entre las empresas:

Alianzas tecnológicas: Realizadas para transferir o para desarrollar nuevas tecnologías.

Alianzas de producción: Realizadas para transferir conocimientos de producción o para especializarse en unos productos o parte de la producción y mejora la competitividad de ambos.

Alianzas de mercadeo y ventas: Permite optimizar sus capacidades de “marketing” y ventas completando su gama con la del otro, ingresando a un mercado imposible o difícil para los extranjeros, o reducir los gastos de mercadeo, ventas y distribución.

2.2.10 Para Establecer Alianzas Estratégicas:

Según Aldana y Urribarri (2013: 07) “Una alianza estratégica es necesaria en ciertas situaciones con la finalidad de intercambiar conocimiento en clima de confianza para crear cosas nuevas o para fortalecer posiciones ya obtenidas de mercado. Por tanto se evidencia como las alianzas estratégicas cuentan con lineamientos a seguir para su creación estableciendo límites y recomendaciones con el objetivo de asegurar su funcionalidad en el ambiente empresarial”.

De lo anteriormente descrito, una negociación exitosa es aquella donde los compromisos están bien planeados, son realistas y operativos, es legítima para todos y ninguno es sorprendido. Es una de las mejores opciones y no una solución de compromiso, el proceso es eficiente con una buena comunicación. En función a lo anterior, se puede inferir que toda negociación exitosa requiere de habilidad para comunicar intereses y metas conjuntas, confianza mutua o mecanismos de verificación y obligatoriedad en el cumplimiento.

2.3 Definición De Términos Básicos

Según Tamayo (1993: 78), la definición de términos básicos "es la aclaración del sentido en que se utilizan las palabras o conceptos empleados en la identificación y formulación del problema".

Alianza: Es un término que procede del verbo aliar y que, por lo tanto, hace mención a la acción que llevan a cabo dos o más personas, organizaciones o naciones al firmar un pacto, un acuerdo o una convención, según el caso.

Aliado: Aquello que está ligado a otra cosa o aquellos que se unen con la misión de lograr un fin común, en tanto, esa unión que se produce, que podrá ser permanente o transitoria, tiene el fin de lograr un objetivo de común.

Alianzas Estratégicas: Se denomina alianza estratégica al pacto que establecen empresas, organizaciones u otras entidades para trabajar en conjunto y así lograr que cada una pueda alcanzar sus objetivos. Se trata de una metodología de cooperación muy frecuente en el contexto empresarial.

Estrategia: Es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

Millenials: Nombre que deriva de milenio en inglés, son todos los jóvenes considerados una generación que creció con la tecnología y la cultura popular desarrollada entre los años 80 y 2000, por lo tanto, son personas familiarizadas con la tecnología.

Posicionamiento: Es un concepto de marketing basado en la colocación por parte de las empresas de sus marcas en el imaginario colectivo de los consumidores, por medio de mecanismos de mercadotecnia las compañías hacen que los clientes tengan una percepción particular de ellas, de esto trata el posicionamiento.

Plan de Acción: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas. La finalidad del plan de acción, a partir de un marco de correcta planificación, es optimizar la gestión de proyectos, economizando tiempo y esfuerzo, y mejorando el rendimiento, para la consecución de los objetivos planteados.

Plan Estratégico: Es un plan de actuación que define todo aquello que quieres conseguir en tu empresa y cómo lo vas a lograr. Este documento recoge de forma detallada las grandes decisiones que marcarán tu estrategia, para conseguir tus objetivos.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

Según Arias (2006: 16), explica el marco metodológico, como el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas; este método se basa en la formulación de hipótesis las cuales pueden ser confirmadas o descartadas por medios de investigaciones relacionadas al problema.

El presente capítulo se realiza con la finalidad de precisar mediante un lenguaje sencillo, los métodos, estrategias, procedimientos e instrumentos aplicados, en la recolección de los datos necesarios para la realización del trabajo en cuestión. Tamayo y Tamayo (2012: 37), define el mismo como “Un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”.

Haciendo énfasis en lo expuesto anteriormente, es vital tomar en consideración que el marco metodológico es imprescindible en la elaboración de un proyecto de investigación ya que con él se procede a reconocer las herramientas necesarias a emplear para la resolución del problema.

3.1. Tipo Y Diseño De La Investigación

La orientación para llevar a cabo el desarrollo de este estudio se sustenta en el diseño de investigación como estudio de campo de carácter documental, donde según Arias (1999: 21) describe la investigación de campo como “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna”.

De lo anteriormente descrito, la presente investigación se encuentra enmarcada en el diseño de investigación de campo, ya que los diagnósticos que se realizan sobre el estatus de las alianzas estratégicas en la escuela parque canino san diego, arroja datos directamente de la realidad, es decir, el personal que hace vida dentro de la institución, de allí su carácter de campo.

3.2 Nivel y Modalidad de la Investigación

La presente investigación se cataloga de nivel descriptivo, según Arias (2012: 24) describe “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 en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”.

De este modo, el propósito de la investigación se fundamentó en realizar un diagnóstico sobre la situación actual en la formación de alianzas estratégicas en la escuela parque canino san diego, en el Estado Carabobo, dicha investigación tendrá como premisa describir nuevas posibles estrategias, y de esta manera, lograr instaurar un plan de acción que permita formar alianzas, y así mismo resguardar la factibilidad de las alianzas estratégicas que se formen con dicha escuela.

En este orden de ideas, la presente investigación se encuentra enmarcada en la modalidad de proyecto factible en el cual se apoyó en un estudio de campo de carácter documental, donde según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (1998: 7) 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”.

Ahora bien, de acuerdo con este criterio, el estudio estará enmarcado en el contexto del proyecto factible, puesto que la propuesta conformara una unidad de acción para la resolución de la problemática diagnosticada, realizando un análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir de su ocurrencia.

3.3 Fases Metodológicas de la Investigación

Inicialmente, esta parte consta de tres fases metodológicas, cada una de ellas previamente estudiadas con el fin de crear una sustentabilidad para la investigación en curso.

Fase I: Diagnostico de la situación del proceso para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

En esta primera fase, se lleva a cabo el primer diagnóstico dentro de la Escuela Parque Canino San Diego, para esto se utilizara una técnica de recolección de datos, ya que según Arias (1999: 25) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc”. De este modo, en la presente investigación de campo la técnica de recolección de datos que se implementara dentro de la escuela parque canino, será la entrevista.

Siguiendo la idea anterior, se llevara a cabo una entrevista al señor Nelson Valecillos, el cual es el encargado de dicha escuela, con la intención de conocer la situación actual de las alianzas estratégicas de la institución. De este modo, según Arias (2012: 72), define la entrevista como “La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación cara a cara, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida”.

Seguidamente, para implementar la entrevista se utilizara un instrumento de recolección de datos, donde según Arias (1999:25) describe “Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”. Por consiguiente, se utilizara como instrumento un guion de entrevista.

De lo anteriormente descrito, se llevara a cabo un diagnóstico de la problemática en estudio dentro de la escuela parque canino san diego, a través de una entrevista semi estructurada directamente con el encargado de dicha escuela, la cual se procederá a guiar a través de un guion de entrevista previamente estructurado con preguntas abiertas, para garantizar un pleno desenvolvimiento de las respuestas que se estiman recibir por parte del entrevistado

Finalmente, los datos obtenidos se analizaran y se procesaran a través de la técnica de análisis de contenido, la cual según Krippendorff (1980: 28) la define como “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”.

Fase II: Identificación de las estrategias factibles para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

En esta segunda fase de la investigación, luego de haber realizado un diagnóstico se procede a la identificación de la problemática actual, y cuáles podrían ser las posibles alianzas estratégicas que se pretenden desarrollar dentro de la escuela parque canino san diego, para cumplir con esta fase se utilizara como técnica e instrumento de recolección de datos una encuesta, a través de la aplicación de un cuestionario estructurado en 10 preguntas dicotómicas, el cual será aplicado a las personas que hacen vida dentro de dicha institución.

Según Tamayo y Tamayo (2012: 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”.

Población y Muestra

Según Tamayo y Tamayo (2012: 45), señala que: La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

En el mismo orden de ideas, la muestra es la que puede determinar la problemática ya que mediante ella se generan los datos que sirven como base para identificar las fallas dentro del proceso. Tamayo y Tamayo (2012:

38), afirma que: “la muestra, es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”.

De las definiciones anteriores, para la aplicación de la encuesta de la presente investigación se tomara como muestra la población total de la escuela parque canino san diego, que consta de cinco (05) personas que hacen vida dentro de la institución.

Fase III: Diseño de un plan para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

Luego de llevar a cabo cada una de las fases metodológicas pertinentes para dar los primeros pasos en la elaboración del presente trabajo, se hace énfasis en el diseño de un plan de acción, el cual corresponde a la propuesta sobre las alianzas estratégicas, es importante resaltar, que dichas propuestas mantienen la factibilidad de su implementación dentro de la institución.

Mediante los distintos estudios realizados, se va acumulando de manera progresiva la información necesaria, todo esto recolectado a través de la entrevista y posteriormente una encuesta, el resultado de las mismas permite dar las posibles estrategias que se podrán exponer dentro del diseño de un plan de acción para la formación de alianzas estratégicas en la escuela Parque Canino San Diego.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la entrevista.

Fase I: Diagnostico de la situación del proceso para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

Resultados de la Entrevista

Entrevistado: Nelson Valecillos

Cargo: Director

Cuadro N° 1

Función de la escuela canina

Preguntas	Respuesta
1.- ¿Cuál es la función principal a la que se dedica la Escuela Parque Canino?	Es una escuela canina, tiene en el mercado 8 años, se comenzó trabajando de la mano de la alcaldía de San Diego en el parque metropolitano, su objetivo es educar a las personas por la tenencia de sus perros, informar en masa a la comunidad de manera que haya menos incidencia de perros abandonados, regalados por falta de educación, tanto del dueño como del perro. Tiene diversos programas, pero el antes mencionado ha sido el mejor recibido. Programa de formación de 10 caninos, Programa de certificación canina, Terapia asistida con animales entre otros. Se cuenta una unidad organizativa y muchos directores, cada uno de los programas también tienen directores. Todos coordinados por el director.

Cuadro N° 2

Alianzas Estratégicas

Preguntas	Respuesta
2.- ¿La escuela practica el tema de las alianzas estratégicas? ¿Cómo surge la idea de realizar alianzas estratégicas?	Cuando se establecen alianzas estratégicas se deben determinar objetivos y estos deben ser alcanzados, porque cuando estos son inalcanzables no son funcionales para ninguno de los involucrados, la escuela, ha estado inmersa en la práctica de las alianzas estratégicas desde el momento de su fundación, listando los objetivos a alcanzar, planteándolos a posibles aliados para causar el interés de estos y así poder llevarlos a la mesa de negociación de los términos y se produce el acuerdo para poder realizar dicha alianza. La escuela mantiene la filosofía de establecer alianzas sin importar su envergadura, dando a toda la misma importancia ya que estas tienen un objetivo muy específico, y siempre garantizan que dicho objetivo este en concordancia con el objetivo y razón de ser de la escuela.

Cuadro N° 3

Establecimiento de Alianzas

Preguntas	Respuesta
3.- ¿Ha establecido la Escuela Parque Canino alianzas estratégicas desde sus inicios?	La escuela desde que comenzó su proceso fundacional ha estado aliada a un ente gubernamental, como lo es la Alcaldía de San Diego (Ente encargado de la administración del municipio donde se localiza); y ve en este su mayor aliado, ya que han mantenido dicha unión por casi una década. Esta alianza permite a la escuela la utilización de espacios públicos o

	comunitarios además de una cuota publicitaria institucional y las Alcaldía en retorno obtiene el beneficio de crear conciencia en los habitantes sobre el cuidado y atención de los perros para la continuidad de la convivencia armónica de todos los factores de la sociedad que hacen vida en el municipio San Diego.
--	--

Cuadro N° 4

Bases de las Alianzas Estratégicas

Preguntas	Respuesta
4.- ¿Cómo se establecieron las bases de dichas alianzas estratégicas en el pasado?	La mayor incidencia al momento de establecer dichas alianzas ha sido en base a propuestas hechas por terceros hacia la Escuela de las cuales han nacido de hechos fortuitos y de manera muy “natural” y en algunos casos la Escuela ha buscado aliados para fortalecerse en algunos objetivos, al ser la Escuela, una organización con un servicio muy singular al menos en el Estado Carabobo, esta recibe una gran cantidad de propuestas de posibles alianzas, si bien, se evidencia que ya existe un plan de acción sin embargo no hay un proceder estándar para llevarlas a cabo; la Escuela ya ha implementado ciertos parámetros o lineamientos, que determinaran si una de esas propuestas puede ser aceptada o rechazada. Uno de los basamentos u objetivos generales que fija la Escuela para sus posibles aliados es que dichos acuerdos tienen que conservar la idea educativa, y la psicología positiva para los perros que es la metodología empleada en dicho proceso educativo.

Cuadro N° 5

Situación actual de las alianzas estratégicas

Preguntas	Respuesta
5.- ¿Cuál es la situación actual de las alianzas estratégicas dentro de la escuela parque canino? ¿Cuenta con una alianza actualmente?	La escuela actualmente mantiene alianzas con diversas organizaciones nacionales, siendo las más destacadas la alianza con la Alcaldía de San Diego, su principal aliado logístico y ferreterías EPA con los cuales poseen una alianza “vitalicia” bajo un esquema de mutuo entendimiento, en el cual llevan a cabo charlas en todas las sucursales a nivel nacional para crear conciencia sobre el cuidado adecuado de los perros entre otras actividades que impulsan a los estudiantes a ir a las tiendas y ofrecen un rato de entretenimiento y recreación para estudiantes y clientes por igual.

Fase II: Identificación de las estrategias factibles para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego.

Resultados de la Entrevista

Entrevistado: Nelson Valecillos

Cargo: Director

Cuadro N° 6

Desempeño de las alianzas estratégicas

Preguntas	Respuesta
6.- ¿Las alianzas estratégicas en el pasado como fueron para la escuela	Las alianzas estratégicas llevadas a cabo por la Escuela han sido exitosas debido a que se han establecido objetivos cuyo alcance es medible, además de que han sido accesibles para su realización, dichas alianzas han estado más

parque canino?	enfocadas en el área del Marketing con entidades de gran envergadura, como lo son Alimentos Polar, Alimentos Súper S, EPA, Nestlé de Venezuela (Purina). La escuela ha podido cuantificar los resultados de estas alianzas debido a la difusión y a la atención que han recibido por parte la red de cliente o usuarios de estas empresas y sus marcas de productos o servicios; estas a su vez han logrado posicionar sus marcas en las mentes y gustos de los estudiantes y público en general que asiste a las clases y eventos patrocinados.
-----------------------	--

Cuadro N°7

Bases actuales de las alianzas estratégicas

Preguntas	Respuesta
7.- ¿Cómo se establecieron las bases de las actuales alianzas estratégicas?	Las alianzas actuales se establecieron tomando en cuenta como principal elemento la Línea Educativa que sigue la entidad u organización con la que se desee trabajar, debido a que esta no se puede desviar de los principios y objetivos de la Escuela Parque Canino. Al mismo tiempo, se mantiene un enfoque visto desde el punto de vista organizacional Ganar-Ganar donde se pueda realizar un beneficio del 100% para ambos involucrados cuyo resultado final debe ser los la satisfacción de los actores principales de esta organización y principales beneficiarios, los estudiantes que están inmersos en su proceso educativo y de formación.

Fase III: Diseño de un Plan para formar alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino San Diego Resultados de la Entrevista

Entrevistado: Nelson Valecillos

Cargo: Director

Cuadro N°8

Factibilidad del plan de acción

Preguntas	Respuesta
8.- ¿Cree usted factible la elaboración de un plan de acción, para la formación de alianzas estratégicas? ¿Cuáles serían esas estrategias?	La escuela ya cuenta con un plan de acción elaborado, el cual está compuesto por un sencillo documento que dicta los parámetros para la formulación de una alianza estratégica de la Escuela Parque Canino, y los requisitos básicos para la aceptación de esta, además en este documento se determinan los objetivos, los tiempos de medición, y la cuantificación de resultados, entre otros. Sin embargo, se considera factible la implementación de un nuevo plan de trabajo donde se pueda identificar una mayor diversidad de alianzas estratégicas, y se especifique mayores criterios para el momento de la negociación y aceptación de un nuevo aliado ya que la Escuela se ha mantenido en el mismo modelo a lo largo de su existencia, en otras palabras, el plan nunca ha sido actualizado ni adaptado a las necesidades del contexto ni de los posibles nuevos aliados que pretendan emprender una alianza con la Escuela.

Análisis General De La Entrevista

En primer orden, es una escuela canina que comenzó trabajando de la mano de la alcaldía de San Diego en el parque metropolitano, su objetivo es educar a las personas por la tenencia de sus perros. Siguiendo la línea anterior, dicha institución viene practicando alianzas estratégicas desde su nacimiento, siendo la primera la antes mencionada con la alcaldía de San Diego, actualmente sigue con la misma. De este modo, cuando se establecen alianzas estratégicas se deben determinar objetivos y estos deben ser alcanzados, porque cuando estos son inalcanzables no son funcionales para la escuela ni para la empresa con la que se quiere establecer la alianza.

Siguiendo el párrafo anterior, en la mayoría de los casos las alianzas son propuestas por parte de las empresas hacia la escuela parque canino, no en sentido contrario. En cuanto a nivel de otras empresas se ha tenido mucho contacto y alianzas, unas que han nacido naturalmente y otras que han sido buscadas para fortalecer la institución. Así pues, lo mejor de esta fundación es que se cuentan con profesionales con oficios bien definidos, de esta manera, cuando se establece cualquier alianza ya sea grande o pequeña todas estas tienen un objetivo muy específico, y siempre la organización se asegura de que este objetivo venga de la mano de su propósito.

En este orden de ideas, en este momento se poseen alianzas con distintas organizaciones nacionales, pero las más notorias son con EPA y la alcaldía de San Diego. Así pues, las alianzas actuales se establecieron tomando en cuenta la línea educativa que sigue la empresa con la que deseen trabajar, debido a que esta no se puede desviar de los principios de la Escuela Parque Canino. Al mismo tiempo, se busca ganar un beneficio por ambas partes y los principales beneficiarios deben ser los alumnos.

4.2 Resultados del Cuestionario

Pregunta Nro. 1

Cuadro N° 9

Conocimiento del termino alianzas estratégicas

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	4	80
No	1	20
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

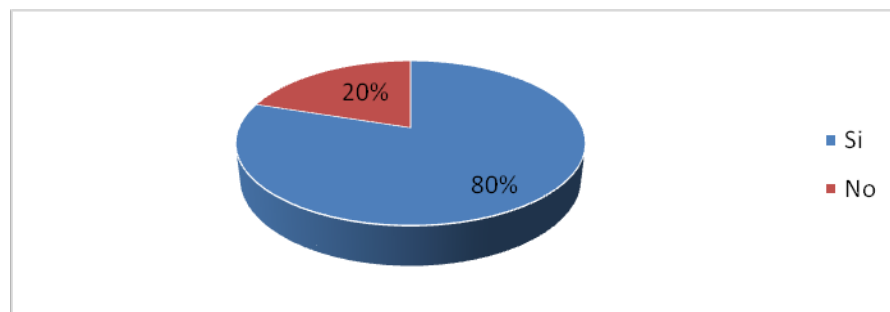


Gráfico N°1

Autor: Morales (2021).

Gráfico 1. ¿Sabe usted a que se refiere "alianzas estratégicas"?

Análisis: En el presente grafico se pudo dar a conocer que el ochenta por ciento de los encuestados afirma conocer que es una alianza estratégica, lo cual es un dato de suma importancia si tenemos en cuenta que el funcionamiento óptimo del parque canino es debido a dichas alianzas. En cambio, el veinte por ciento restante dice no conocer su significado.

Pregunta Nro. 2

Cuadro N° 10

Alianzas estratégicas en la actualidad.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	0	0
No	5	100
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

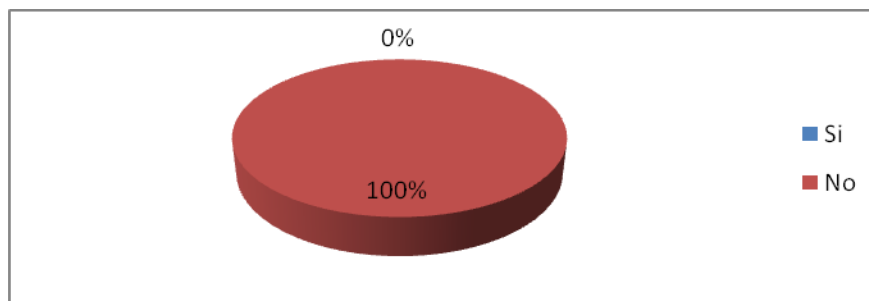


Gráfico N° 2

Autor: Morales (2021).

Gráfico 2 ¿Es de su conocimiento si actualmente la escuela parque canino posee una alianza estratégica?

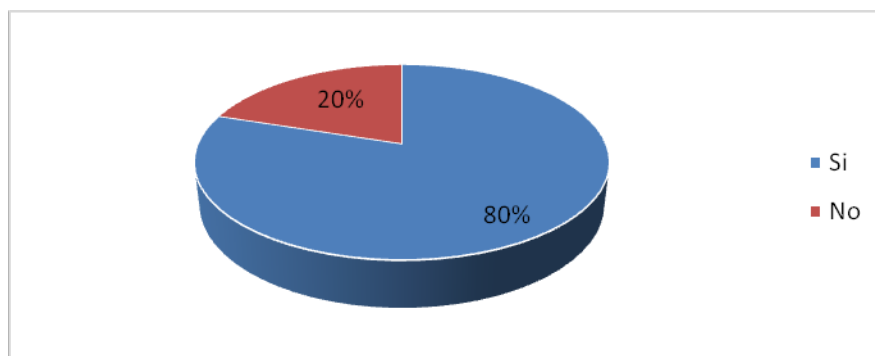
Análisis: Se puede observar en el grafico que el cien por ciento de los individuos encuestados actualmente no conoce si la institución posee alguna alianza estratégica con empresas o instituciones externas.

Pregunta Nro. 3

Cuadro N° 11

Práctica de las Alianzas Estratégicas.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	4	80
No	1	20
Totales	5	100



Fuente: Morales (2021).

Gráfico N° 3

Autor: Morales (2021).

Gráfico 3 ¿Cree usted que la escuela parque canino debe practicar constantemente el tema de las alianzas estratégicas?

Análisis; En el presente grafico se pudo dar a conocer que el ochenta por ciento de los encuestados están de acuerdo con que el parque canino practique alianzas estratégicas con otras organizaciones, lo cual es un dato de suma importancia si tenemos en cuenta que el funcionamiento óptimo del

mismo es debido a estas alianzas. En cambio; el veinte por ciento restante dice no están de acuerdo que las practiquen.

Pregunta Nro. 4

Cuadro N° 12

Aceptación de las alianzas estratégicas.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	4	80
No	1	20
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

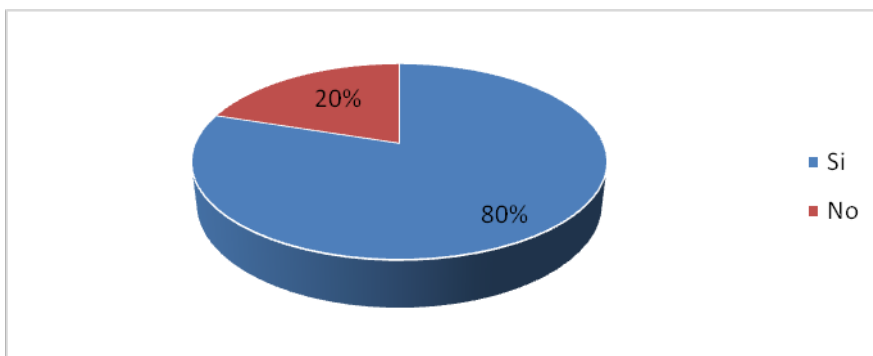


Gráfico N°4

Autor: Morales (2021).

Gráfico 4 ¿Ha sido de su gusto las alianzas estratégicas que se han llevado dentro de la escuela en el pasado?

Análisis: Se puede observar en el grafico que el ochenta por ciento de los encuestados se sienten satisfechos con los resultados obtenidos en dichas alianzas. En cambio, el veinte por ciento restante dice no están satisfechos

con los resultados que se obtuvieran en las alianzas que se realizaron previamente en la organización, lo cual se desconocen sus razones.

Pregunta Nro. 5

Cuadro N° 13

Participación en alianzas estratégica.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	4	80
No	1	20
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

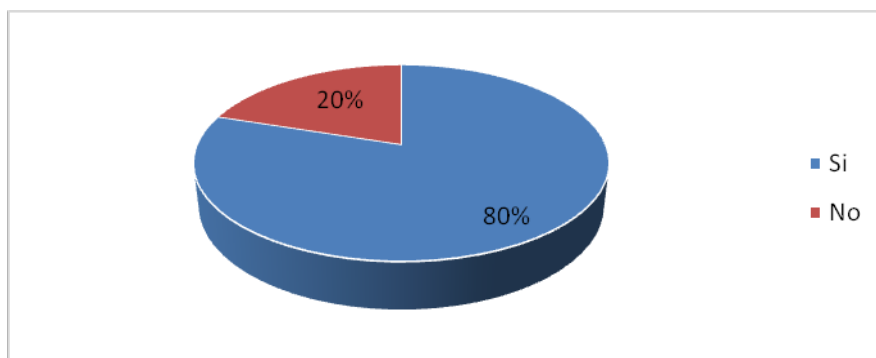


Gráfico N°5

Autor: Morales (2021).

Gráfico 5 ¿Ha Sido participe en prácticas dentro de la escuela parque canino, donde el fin común sea un alianza estratégica?

Análisis: El ochenta por ciento de los encuestados ha dado a conocer que si han sido participes en actividades que involucren al parque canino y a sus

alianzas estratégicas. Por otro lado, el veinte por ciento restante nos ha informado que no han participado en dichos eventos.

Pregunta Nro. 6

Cuadro N° 14

Estrategias de Promoción.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	5	100
No	0	0
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

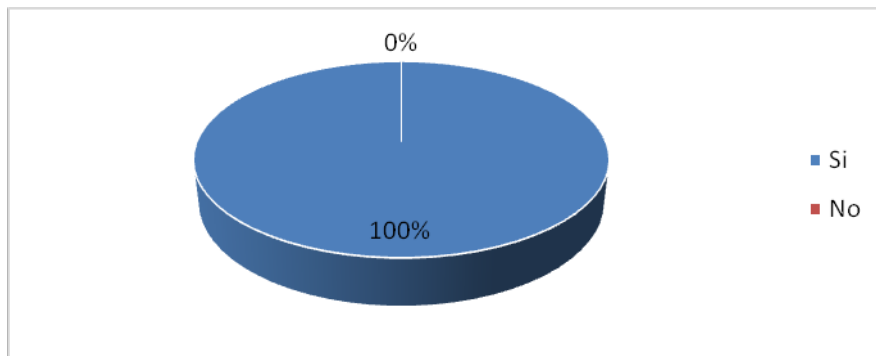


Gráfico N° 6

Autor: Morales (2021).

Gráfico 6 Una alianza estratégica de promoción se produce cuando dos compañías se asocian para promocionar sus productos o servicios en conjunto. ¿Le gustaría que la escuela donde hace vida cuente con una alianza estratégica de promoción?

Análisis: Se puede observar en el grafico que el cien por ciento de los individuos está a favor de que la escuela donde hace vida cuente con una alianza estratégica de promoción.

Pregunta Nro. 7

Cuadro N° 15

Factibilidad Estrategias de Promoción.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	5	100
No	0	0
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

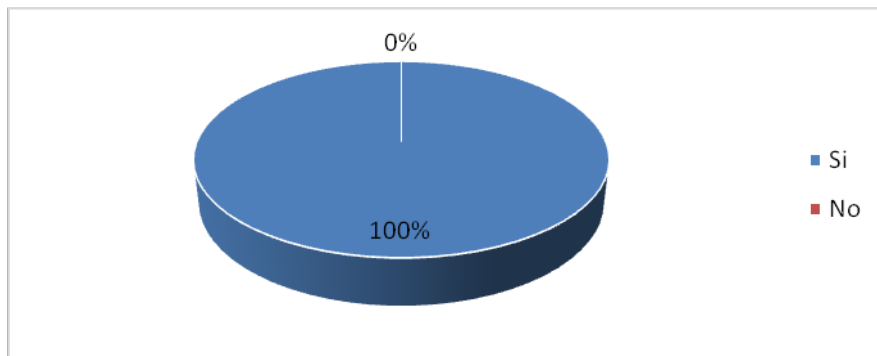


Gráfico N°7

Autor: Morales (2021).

Gráfico 7. ¿Le parece factible crear alianzas estratégicas de promoción?

Análisis: En el presente grafico se pudo observar que el cien por ciento de los encuestados está de acuerdo con que se lleguen a desarrollar alianzas estratégicas que ayuden a promocionar a la organización. Lo cual aporta un aspecto positivo para la presente investigación.

Pregunta Nro. 8

Cuadro N° 16

Factibilidad.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	5	100
No	0	0
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

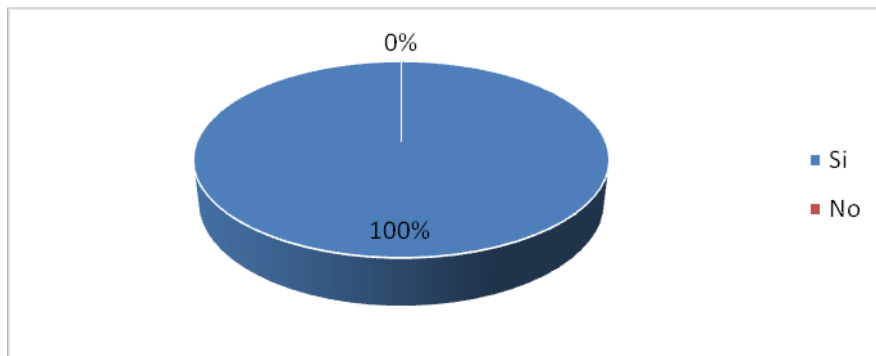


Gráfico N° 8

Autor: Morales (2021).

Gráfico 8. ¿Considera usted factible la elaboración de un plan para formar alianzas estratégicas?

Análisis: Se puede observar en el gráfico que el cien por ciento de los encuestados está de acuerdo con la elaboración de un plan para formar alianzas estratégicas que ayuden a la organización. En segundo orden, es un dato de suma importancia para el desarrollo satisfactorio del presente trabajo.

Pregunta Nro. 9

Cuadro N° 17

Viabilidad Estrategias De Promoción.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	5	100
No	0	0
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

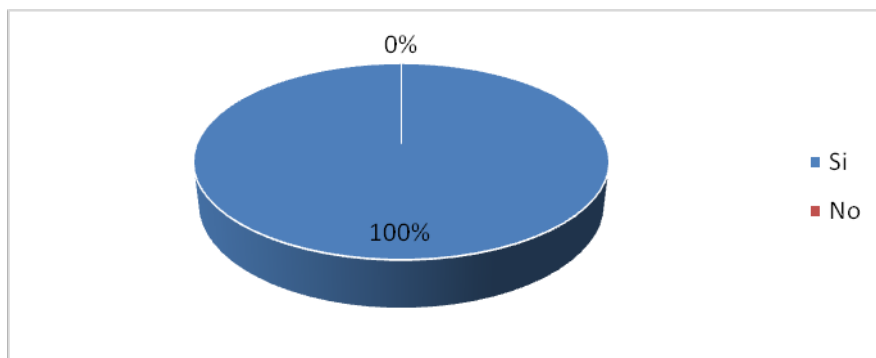


Gráfico N°9

Autor: Morales (2021).

Gráfico 9. ¿Le gustaría que dentro de dicho plan se establezcan estrategias de promoción?

Análisis: El cien por ciento de los individuos encuestados, representados por un total de cinco personas, están de acuerdo con la implementación de estrategias de promoción en el plan de alianzas estratégicas.

Pregunta Nro. 10

Cuadro N° 18

Beneficios de las alianzas estratégicas.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	5	100
No	0	0
Totales	5	100

Fuente: Morales (2021).

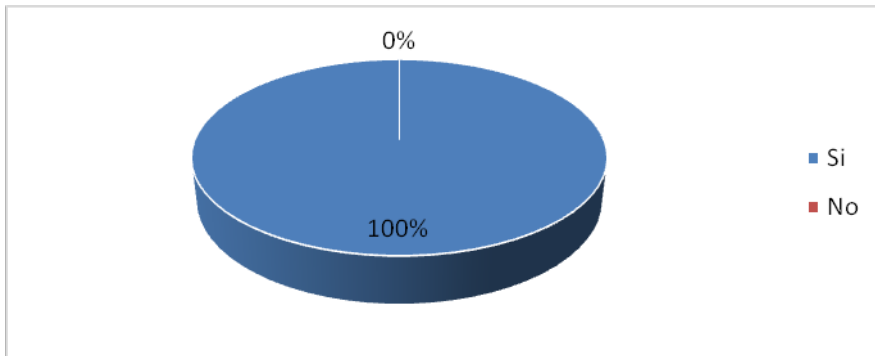


Gráfico N°10

Autor: Morales (2021).

Gráfico10. ¿Le gustaría que dichas alianzas estratégicas a formar aporten material publicitario e implementos para que puedan ser utilizados en el parque canino?

Análisis: En el presente grafico se pudo dar a conocer que el cien por ciento de los encuestados están a favor de que en las alianzas estratégicas que se formen en un futuro, que se procederán a ser descritas dentro de un plan de acción, las organizaciones deberán aportar material publicitario e implementos para que puedan ser utilizados en el parque canino.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 Descripción de la Propuesta

En el presente capítulo, se describe de la propuesta en estudio, esta consiste en ofrecer determinadas estrategias para poder satisfacer las necesidades que se tienen en cuanto al tema de las alianzas estratégicas dentro de la escuela Parque Canino San Diego.

Siguiendo el párrafo anterior, la presente propuesta tiene como objetivo la ejecución de un plan de acción de acuerdo al modelo descrito según Zabala (2005; 34) anteriormente conceptualizado en el marco teórico de la investigación, donde se describen estrategias de mercadeo para la formación de alianzas estratégicas dentro de la escuela parque canino san diego, la cual debe verificar constantemente las estrategias más relevantes desde el punto de vista de oportunidades a través de organizaciones externas.

De lo anteriormente descrito, las estrategias de mercadeo que se describen a continuación, buscan en primera instancia la alineación de sus partes para generar beneficios mutuos por parte de la escuela y cualquier otra organización con la que se pretenda aplicar el tema de las alianzas estratégicas, las cuales se pretenden regir por las estrategias descritas dentro del presente plan de acción.

5.2 Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Fortalecer las alianzas estratégicas de la escuela parque canino san diego con organizaciones externas a través de una serie de estrategias de mercadeo.

Objetivos Específicos

1. Describir las estrategias de mercadeo a utilizar para la formación de las alianzas estratégicas.
2. Establecer las estrategias de mercadeo a seguir para la formación de dichas alianzas estratégicas.
3. Promover estrategias de mercadeo para optimizar alianzas estratégicas con organizaciones externas.

5.3 Justificación de la Propuesta

En primer orden, el presente plan de acción se presenta bajo la modalidad de proyecto factible, en el cual se describen estrategias para la práctica constante de la formación de las alianzas estratégicas dentro de la escuela, por lo cual el objetivo principal de este estudio se centra en la ejecución de dicho plan de acción, el cual describe estrategias de promoción las cuales consisten en aportar beneficios a ambas organizaciones, tanto como para la escuela, así como a la organización con la que se realice dicha alianza.

Siguiendo el párrafo anterior, el plan a desarrollar pretende dar alternativas para mejorar las dificultades en cuanto a las alianzas estratégicas, las cuales fueron anteriormente estudiadas, a través de un previo diagnóstico, como resultado se proceden a desarrollar estrategias de promoción, las cuales se estima que puedan aportar materiales y recursos para que puedan ser aprovechados por la institución, así también como la escuela también provea beneficios a la organización aliada.

En síntesis, la necesidad de establecer un plan de acción de alianzas estratégicas, permite a la escuela garantizar su sostenibilidad a través del tiempo y el alcance de sus objetivos propuestos. Además de suministrar opciones que permitan mejorar la rentabilidad y el crecimiento de la institución.

5.4 Beneficios de la Propuesta

En primer orden, las organizaciones que realizan alianzas estratégicas tienen la posibilidad de aumentar su visibilidad en el mercado, impulsar proyectos de interés económico o social, establecer mejores relaciones con otras empresas, ampliar sus redes de contactos y llegar a grupos claves de la población.

En este sentido, el diseño del plan de acción para la formación de las alianzas estratégicas dentro de la escuela parque canino san diego, tendrá un impacto positivo no solo para la institución, porque a su vez beneficiara a las personas que hacen vida en la escuela ya que permitirá mejorar la calidad de los servicios que allí se ofrecen, sin generar ningún tipo de efecto dañino a los animales que allí se encuentran, ni las instalaciones, en cambio

se estima que pueda ser llamativo por muchas organizaciones para que puedan seguir realizándose alianzas estratégicas cada vez más fructíferas.

De este modo, a través del intercambio de ideas y el trabajo conjunto con otras organizaciones, es posible fortalecer cualquier proyecto que se vaya a realizar para aumentar su alcance y posibilidades de éxito, además la visión de los colaboradores de ambas instituciones ayuda a detectar las áreas de oportunidad y potencializar el crecimiento de la misma.

Para sintetizar, mediante la ejecución de dicho plan de acción y a su vez con el trabajo y compromiso de todas las partes que se encuentren involucradas en la formación de alianzas estratégicas, es posible una mejor administración de los recursos a utilizar para lograr los resultados estimados.

5.5 Estudio de Factibilidad

Inicialmente, cada proyecto debe determinar la factibilidad o viabilidad para ser ejecutado y no constituirse en una propuesta que jamás será realizada, ya que un proyecto no modifica la realidad sino que es la acción que la transforma. Por lo tanto, a continuación se explica la factibilidad a través de los recursos: Técnicos, Operativos y Financieros. De acuerdo a las acciones a proponer en esta investigación, se hace necesario identificar la factibilidad de implementación de la propuesta por parte de la Escuela Parque Canino San Diego.

Factibilidad Técnica

En lo que se refiere a Factibilidad Técnica, la escuela parque canino, presenta condiciones aptas para desarrollar la propuesta, las cuales vienen

siendo fomentadas por los colaboradores, desarrollando y permitiendo la optimización de todas las estrategias que se pretenden implementar para así aumentar progresivamente la formación de las alianzas estratégicas con organizaciones externas.

Cuadro N° 19

Recursos Técnicos.

Logística	Establecer los objetivos para lograr las metas que se plantearon en el estudio de mercado.
Personal Capacitado	Incrementa la productividad y calidad del trabajo y elimina los costos de recurrir a consultores externos.
Implementos	Facilidad al momento de impulsar las actividades.

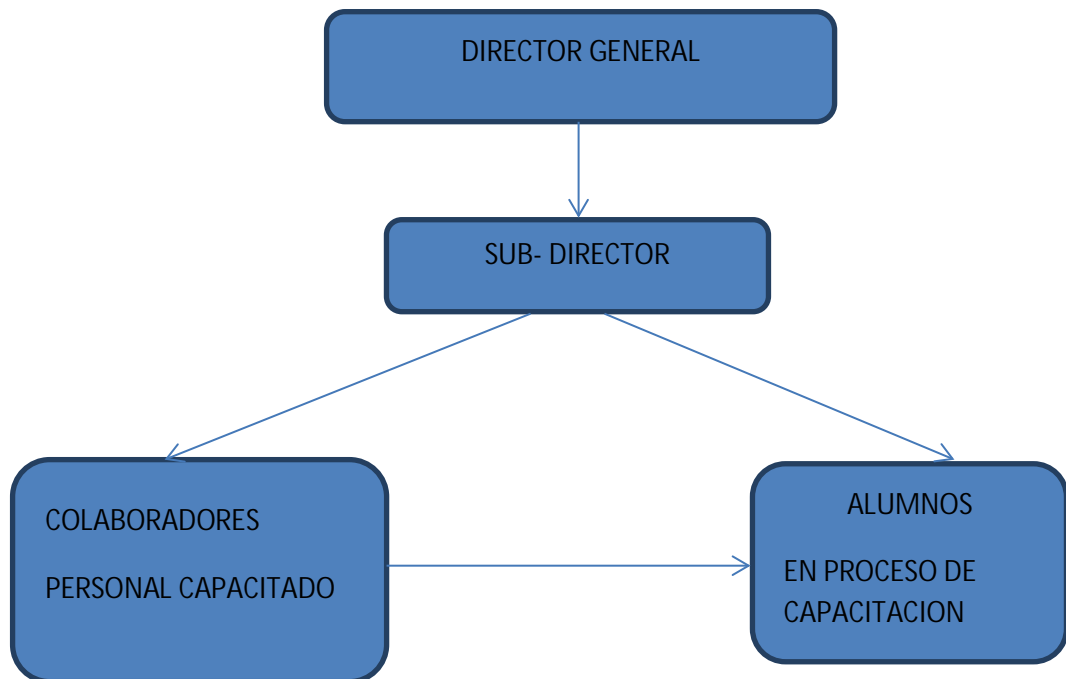
Fuente: Morales (2021).

Factibilidad Operativa

En el presente párrafo, el personal humano que forma parte de los colaboradores de la escuela parque canino san diego, tiene un potencial solido en los procesos que se llevan a cabo dentro de la institución, los cuales se deben a una gran experiencia que han adquirido a través del tiempo dentro de la misma, de modo que resulta ventajoso contar con sus habilidades en el área y dar confianza en el proceso que la empresa desea llevar acabo.

De este modo, el diseño de un plan de acción es viable desde la perspectiva organizacional y operativa, porque a través de una conversación directa con el Director General de la organización “Escuela Parque Canino San Diego” sobre el tema en estudio, confirmo que la institución cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo diversas actividades con organizaciones externas. Por consiguiente, existe el consentimiento por parte del director y sus colaboradores para afianzar la práctica de actividades basadas en estrategias de mercadeo, logrando así los objetivos propuestos, tales como la formación de alianzas estratégicas.

Organigrama lineal de la Organización



Fuente: Morales (2021).

Factibilidad Económica Financiera

Para el logro de la implementación de la propuesta, la institución debe contar con la disponibilidad de los recursos requeridos para ello y si es factible que la empresa pueda costear dichos recursos. Por lo tanto, según el diagnóstico realizado se determinó que la escuela se trata de una institución sin fines de lucro, sin embargo, gracias a actividades que se han llevado a cabo a través de los años han logrado un posicionamiento y debido a esto realizan diversas actividades tales como clases de adiestramiento canino y a través de las mismas se obtienen recursos monetarios, con los que se adquieren los implementos para dichas clases y actividades externas.

Siguiendo la idea anterior, la institución cuenta con los recursos estimados para la aplicación de dicha propuesta, debido a que a pesar de la situación económica del país, la misma se ha mantenido en operatividad con diversas actividades. De este modo, los recursos económicos de la empresa se encuentran constituidos por su capital y ahorros de la misma, por lo cual en este momento su capacidad financiera es una fortaleza, sin embargo resulta beneficioso para la institución realizar dichas alianzas estratégicas con mínimos fines lucrativos, es decir, un aporte por parte de organizaciones externas.

Para sintetizar, en vista que la organización cuenta con los recursos técnicos, operativos y económicos para llevar a cabo el plan de acción propuesto, se indica que la propuesta es totalmente factible para ser diseñada e implementada en el futuro. Todos los recursos anteriormente descritos tienen gran importancia para el logro de los objetivos de la institución y del adecuado manejo de los mismos y de su productividad dependerá el éxito de las actividades propuestas.

Cuadro N° 20

Recursos Financieros.

Recurso	Cantidad US\$
CAPITAL	325\$
PASIVOS	25\$
TOTAL	350\$

Fuente: Morales (2021).

Cuadro N° 21

Relación Costo/Beneficio

Actividad	Cantidad Anual	Costo	Beneficios
Taller sobre los beneficios de las Alianzas Estratégicas (directores a colaboradores)	2	20\$ pago facilitador por los dos talleres	Mayor captación por parte de organizaciones externas.
Charlas basadas en los tipos de actividades como estrategia para la formación de futuras alianzas estratégicas	2	Recolectar 100\$ por cada charla $2*100\$= 200\$$	Incremento de la rentabilidad en la formación de las alianzas. Reconocimiento a nivel general.

Encuentros para la formación de alumnos que deseen formar parte del grupo de colaboradores de la institución	2	Recolectar aproximadamente 100\$ por cada encuentro $100\$ * 2 = 200\$$	
Totales:			600\$

Fuente: Morales (2021).

5.6 Plan de Acción

Cuadro N° 22

Plan de Acción Para Mejorar Las Alianza Estratégicas Dentro de la Escuela Parque Canino.

Objetivo General: Fortalecer las alianzas estratégicas de la escuela parque canino san diego con organizaciones externas a través de una serie de estrategias de mercadeo.				
Objetivos Específicos	Estrategia	Actividades	Responsable	Tiempo
Describir las estrategias de mercadeo a utilizar para la formación de las alianzas estratégicas.	Estrategias de Promoción	Conversatorios sobre las estrategias de promoción y sus beneficios.	Colaboradores	Acordado por la Institución
		Programas de capacitación, entrenamiento y motivación en los alumnos.		
		Charlas y taller sobre los beneficios de las Alianzas Estratégicas.		
Establecer las estrategias de mercadeo a seguir para la formación de dichas alianzas estratégicas.	Desarrollar mecanismos de control, para el seguimiento de las estrategias y los aliados.	Informar sobre las políticas de la institución a los alumnos.		
		Entrenamiento de los alumnos para la realización correcta de las actividades.		
		Explorar sinergias que se pueden obtener mediante el trabajo conjunto con otras organizaciones.		
Promover estrategias de mercadeo para optimizar alianzas estratégicas con organizaciones externas.	Implementar un área para promocionar a la institución.	Realizar investigaciones constantes sobre cuáles pueden ser los nuevos aliados estratégicos.		
		Realizar acuerdos estratégicos de intercambios de productos y servicios para el beneficio mutuo de ambas partes.		
		Fortalecer las alianzas estratégicas con empresas que guarden relación con la institución.		

Fuente: Morales (2021).

Conclusiones

En primer orden, las Alianzas Estratégicas son consecuencia natural del proceso de desarrollo de las fuerzas productivas que obliga a la concentración para aumentar la eficacia a la hora de utilizar los recursos y alcanzar los mayores resultados. Los cambios constantes e impredecibles en el comportamiento del mercado provocan que las organizaciones no tengan tiempo de adquirir por si mismas determinadas capacidades distintivas que las llevan a buscar aliarse con otras organizaciones para poder sobrevivir. Es por ello que las Alianzas Estratégicas evidencian el mejor modo de lograr competitividad en un mundo altamente globalizado.

Tomando lo anterior, las conclusiones descritas en la presente investigación, se encuentran fundamentadas por el objetivo general y los específicos, avalado por los resultados obtenidos del instrumento aplicado, a fin de aportar beneficios de importancia sobre la investigación. No obstante, para formular dichas conclusiones se requiere evaluar las tendencias generales de las preguntas presentadas en el instrumento de estudio, identificando, a su vez, las perspectivas que derivan de ellas que permitan establecer estrategias para que el proyecto en estudio sea exitoso, abordando, en ese caso, los criterios señalados en los objetivos específicos, de acuerdo con las respuestas suministradas por la muestra en los distintos aspectos tocados en el cuestionario.

Desde este punto de vista, los resultados de la investigación realizada permitió obtener información relevante la cual es destinada a completar la fase conclusiva con los suficientes materiales de juicio para proceder al diagnóstico pertinente de la misma, el cual está definida como un proyecto factible y que por tal manera debe generar una propuesta favorable como medio operativo viable que contribuya a la solución de la situación

establecida en cuanto al tema de las alianzas estratégicas dentro de la Escuela Parque Canino San Diego.

En el primer objetivo, se diagnostica la situación actual de las alianzas estratégicas en la institución, las tendencias de opiniones señalan que la formación de las alianzas estratégicas permite mantener un crecimiento constante de la institución. La muestra consultada expresó su opinión sobre dicha oportunidad que da la implementación del plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas para la escuela.

En el segundo objetivo, dirigido a identificar las posibles estrategias que intervienen en un plan de estrategias, la tendencia de opinión indica que un plan con estas características representaría para la escuela una oportunidad viable, pero para ello se deben tener en cuenta factores externos e internos como lo son la preparación de los alumnos por parte de los colaboradores de la institución.

En relación al tercer objetivo, referido a diseñar un plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas dentro de la Escuela Parque Canino San Diego, las tendencias sugieren la aplicación de asesoría especializada en el área de las alianzas estratégicas para de esta manera tener un rendimiento óptimo en el momento en el cual se realiza la formación de las mismas, y lograr su fin en común.

En síntesis, luego de determinar la factibilidad de la propuesta en estudio, se determinó la elaboración de plan de acción para mejorar las alianzas estratégicas en la Escuela Parque Canino, se encontró que la organización cuenta con el personal capacitado para la implementación del mismo.

Recomendaciones

Las recomendaciones que se pasan a ofrecer están determinadas en base a los resultados que generó el instrumento de recolección de datos, tomándose para cada una de ellas criterios como parte de la metodología utilizada permitiéndose con ello alcanzar calidad y utilidad en la información ya que fueron analizados a objeto de que la escuela parque canino san diego. Pueda establecer fundamentos para la formación de las alianzas estratégicas. Luego de las conclusiones presentadas se generaron las siguientes recomendaciones:


1. A la organización implementar el plan de acción con estrategias descritas para mejorar la formación de las alianzas estratégicas de la escuela parque canino san diego con organizaciones externas.

2. Fortalecer el conocimiento del proceso logístico al personal de la empresa a fin de buscar la excelencia en el servicio que ofrece la organización.


3. La factibilidad de la propuesta procura ser posible en términos técnicos, operativos y económicos, debido a que contempla la disponibilidad de los recursos, sin embargo, todo dependerá en que la alta gerencia de la organización estén dispuestos y de hecho lo están, a implementar cada una de las fases del proceso desde sus facilitadores que permitan ser merecedores de esas alianzas estratégicas deseadas, pasando por cada uno de los procesos de búsqueda, hasta lograr la mejora continua por la cual se establece dicha propuesta.

ANEXOS

Anexo A: Guion de Entrevista

 <p>UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ</p> <p>GUION DE ENTREVISTA</p>	
Nro.	Pregunta
1	¿Cuál es la función principal a la que se dedica la Escuela Parque Canino?
2	¿La escuela practica el tema de las alianzas estratégicas? ¿Cómo surge la idea de realizar alianzas estratégicas?
3	¿Ha establecido la Escuela Parque Canino alianzas estratégicas desde sus inicios?
4	¿Cómo se establecieron las bases de dichas alianzas estratégicas en el pasado?
5	¿Cuál es la situación actual de las alianzas estratégicas dentro de la escuela parque canino? ¿Cuenta con una alianza actualmente?
6	¿Las alianzas estratégicas en el pasado como fueron para la escuela parque canino?
7	¿Cómo se establecieron las bases de las actuales alianzas estratégicas?
8	¿Cree usted factible la elaboración de un plan de acción, para la formación de alianzas estratégicas? ¿Cuáles serían esas estrategias?

Anexo B: Encuesta

 UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ ENCUESTA			
Nro.	Pregunta	SI	NO
1	¿Sabe usted a que se refiere “alianzas estratégicas”?		
2	¿Es de su conocimiento si actualmente la escuela posee una alianza estratégica?		
3	¿Cree usted que la escuela parque canino debe practicar constantemente el tema de las alianzas estratégicas?		
4	¿Ha sido de su gusto las alianzas estratégicas que se han llevado dentro de la escuela en el pasado?		
5	¿Ha sido participe en prácticas dentro de la escuela donde el fin común sea una alianza estratégica?		
6	Una alianza estratégica de promoción se produce cuando dos compañías se asocian para promocionar sus productos o servicios en conjunto. ¿Le gustaría que la escuela donde hace vida cuente con una alianza estratégica de promoción?		
7	¿Le parece factible crear alianzas estratégicas de promoción?		
8	¿Considera usted factible la elaboración de un plan para formar alianzas estratégicas?		
9	¿Le gustaría que dentro de dicho plan se establezcan estrategias de promoción?		
10	¿Le gustaría que dichas alianzas estratégicas a formar aporten material publicitario e implementos para que puedan ser utilizados en el Parque Canino?		

REFERENCIAS

- Arias, Fidas (1999). **El Proyecto de Investigación** (3era edición). Caracas, Venezuela: ORIAL Ediciones.
- Arias, Fidas (2006). **El Proyecto de Investigación**, Introducción a la Metodología Científica (5ta edición.). Caracas, Venezuela: EPISTEME.
- Arias, Fidas (2012). **El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica.** (6ta edición). Editorial EPISTEME. Revisado el 16 de marzo de 2021 desde https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/fidas_g-arias- el proyecto de investigac3a3c2b3n 6ta-edic3a3c2b3n1.pdf
- Aldana, Ramón y Urribarri Alexander (2013). Trabajo de investigación. **Alianzas estratégicas en las organizaciones.** Trujillo, Venezuela: Universidad valle del momboy. Fuente: <http://www.revencyt.ula.ve/storage/repo/ArchivoDocumento/resustenta/n2/art11.pdf>
- Báez, Eglee (2017). Trabajo de grado. **“Modelo Gerencial Basado En Alianza Estratégica Para Optimizar La Gestión De Outsourcing En Proveedores De Copackers Del Sector Manufacturero”.** Carabobo, Venezuela: Universidad de Carabobo. Fuente: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/4835/ebaez.pdf?sequence=1>
- Ceballos, Samuel (2017). Trabajo de investigación. **“Propuesta Para Alianzas Estratégicas En El Departamento De Sucre Que Potencialice Su Participación En Mercados Internacionales, En Los Sectores Turístico, Agroproductor Y Foodservices”.** Cartagena, Colombia: Universidad Tecnológica De Bolívar. Fuente: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073034.pdf>
- Clemente, Néstor (2020). **Alianzas estratégicas en el mundo de los negocios y del emprendimiento.** Revista digital la pasión de saber. Art. 5 <http://201.249.74.131/pasion/index.php/99-edicion-18/280-alianzas-estrategicas-en-el-mundo-de-los-negocios-y-del-emprendimiento-strategic-alliances-in-the-business-and-enterprise-world>

- Entrepreneur (2020). **Alianzas Estratégicas**. Fuente: <https://www.entrepreneur.com/article/257300#:~:text=Una%20alianza%20puede%20definirse%20como,las%20partes%20que%20la%20conforman.>
- Fayol, Henry (1916). **Teoría Clásica de la Administración**. Fuente: <https://www.cerem.es/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>
- Frías, P (2001). **Desafíos de modernización de las relaciones laborales: Hacia una nueva cultura y concertación empresarial**. Primera edición. Argentina: LOM Ediciones.
- Gamero, Hergui (2012). **“Propuesta de un Modelo Gerencial para las Cooperativas del Sector Manufactura en el Eje Costero del Estado Carabobo, Basado en el Enfoque Gerencial de la Calidad, Caso, Sector Textil”**. Carabobo, Venezuela: Universidad De Carabobo.
- Krippendorff, Klaus (1980). **Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica**. Barcelona: Editorial Paidós Comunicación. [Traducido por WOLFSON, L. (1990). Fuente: <https://books.google.es/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG Gary (2003). **Fundamentos de Marketing. (6ta Edición)** México: Editorial Pearson Education.
- Mintzberg, Henry (1997). **El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos**. México, Prentice Hall Hispanoamérica, S.A
- Masaquiza, Iván (2012). Trabajo de investigación. **“Las alianzas estratégicas con los proveedores y su incidencia en la rentabilidad de la empresa metalmecánica CEPSAN de Ambato”**. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2919/1/682%20ING.pdf>
- Nevado, P (2006). **Consultor para la dirección general, especial directivos**. España: Editorial WolkerKluwer. Fuente: <https://efiempresa.com/blog/cuales-son-los-aportes-que-representan-para-las-organizaciones-las-alianzas-estrategicas-en-tiempos-de-crisis-e-incertidumbres/>

Schumpeter, Joseph (1912). **Teoría Del Desarrollo Económico**. Fuente: <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/#:~:text=Schumpeter%20desarroll%C3%B3%20una%20teor%C3%ADa%20en,el%20trabajo%20y%20el%20capital.>

Schumpeter, Joseph (1935). **La Concepción De Schumpeter De Emprendimiento**. Fuente: http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de_15.html

Tamayo, Mario (1993). **Diccionario de la investigación científica (2da edición)**. México: Limusa.

Tamayo y Tamayo, Mario (2012). **El proceso de la investigación científica (5° Edición)**. México D.F., México: Limusa, S. A.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (1998). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. Caracas, Venezuela.

Yáñez, Alicia (2013). Tesis de grado. **“alianzas estratégicas como ventaja competitiva en el sector transporte”**. México: centro universitario Santiago de Querétaro. Fuente: <http://ri.uaq.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/1209/RI000623.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zabala, Hernando (2005). **Planeación estratégica aplicada a las cooperativas y demás formas asociativas y solidarias**. Colombia: universidad cooperativa de Colombia. Fuente: <https://books.google.co.ve/books?id=XW1kXEr1jlwC&pg=PA34&dq=definicion+de+plan+de+accion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjzcvTV7KrvAhUdSjABHVgMA0kQ6AEwCHoECAQQAq#v=onepage&q=definicion%20de%20plan%20de%20accion&f=false>

Zambrano, Iván (2010). Trabajo de grado. **“Modelo de alianza interinstitucional ECS-SADPRO”**. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Fuente: <http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/2337/1/Completo%20CORREGIDO.pdf>



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA DE APROBACIÓN

INFORME FINAL DE PASANTÍA

TRABAJO DE GRADO

El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales para la evaluación del Informe Final de Pasantía o Trabajo de Grado titulado:

PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS DE LA ESCUELA PARQUE CANINO SAN DIEGO, VALENCIA ESTADO CARABOBO.

Realizado por el (la) Br. Angélica Morales C.I. N° 27.063.083

cursante de la carrera de Mercadeo hace constar

después de analizar su contenido y oída la exposición oral, considera que reúne los méritos suficientes para su aprobación asignándole la **CALIFICACIÓN DEFINITIVA**

DE: Veinte puntos, (20) PUNTOS.

El Jurado

Yandrya Páez
Tutor Académico (Coordinador)
Nombre: Yandrya Páez
C.I.: 4.900.006

Angie Jammoul
Jurado
Nombre: Angie Jammoul
C.I. 14.515.650

Maruja Molina
Jurado
Nombre: Maruja Molina
C.I.: 10.610.324



Fecha: 19/08 /2021