



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**PLAN ESTRATÉGICO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA
EMPRESA EL PINAR, UBICADA
EN EL ESTADO YARACUY**

Autoras

De Freitas, María J.

Pérez, Anagabriel

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

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

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

**PLAN ESTRATÉGICO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA
EMPRESA EL PINAR, UBICADA
EN EL ESTADO YARACUY**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de Licenciadas en
Administración de Empresas

Autoras

De Freitas, María J.

Pérez, Anagabriel

Tutor Académico

Profa. Analíz López

San Diego, Mayo 2017



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DECANATO

San Diego, 25 de Mayo de 2017

Ciudadanas

María De Freitas

C.I 23.410.157

Anagabriel Pérez

C.I 19.955.163

Cumplo con informarles que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar según **Acta N° 2074** el **Proyecto de Trabajo de Grado**, presentado por ustedes como requisito para optar al correspondiente título profesional.

Título del trabajo: "PLAN ESTRATÉGICO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA EL PINAR UBICADA EN EL ESTADO YARACUY."

Tutor académico: Analiz López

Escuela: Administración de Empresas

Atentamente,

Prof. Belkys Suárez Montoya
Decana de la Facultad de Ciencias Sociales



ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Analíz López, portador(a) de la cédula de identidad N° 11.099.195, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por el(la) ciudadano(a) Anagabriel Pérez Y María J. De Freitas, portador(a) de la cédula de identidad N° 19.955.163 y 23.410.157, titulado PLAN ESTRATÉGICO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA EL PINAR, UBICADA EN EL ESTADO YARACUY, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciadas en Administración de Empresas, 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 dos días del mes de Junio del año dos mil diecisiete.

Analíz López

11.099.195

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios y la Virgen Milagrosa, por ser mí guía espiritual en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

Para mis padres Yolet Jiménez y Francisco Pérez, por ser mí ejemplo a seguir, por ser a quienes admiro, que con su esfuerzo y dedicación lograron inculcarme valores que logre aplicar durante mi carrera. A mi hermana Helen Pérez y amigos por darme apoyo en cada momento y darme fuerzas para levantarme si en algún momento no podía.

Anagabriel Pérez Jiménez

Esta tesis se la dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, enseñándome a encarar las adversidades. A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres Liliana Mendoza y Alfredo De Freitas por su apoyo y consejos, y ayudarme con los recursos necesario para estudiar, a mi gemela María F. De Freitas quien siempre ha estado ahí para apoyarme siempre brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mis compañeros y amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento y buenos momentos, que estuvieron apoyándome en la realización de este sueño.

María J. De Freitas

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros familiares, por su apoyo para culminar este logro y ser Licenciadas en Administración de Empresas, por sus conocimientos para ayudarnos a tomar decisiones en nuestras vidas a nivel personal y profesional y por su fuerza para caminar con nosotras cursando una carrera y acompañarnos en el camino hasta culminarla.

A la Licenciada Analíz López, tutora del trabajo de grado por impartirnos sus conocimientos para realizar el proyecto con el mayor de los éxitos.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO		pp.
LISTA DE CUADROS		viii
LISTA DE GRÁFICOS		ix
RESUMEN INFORMATIVO.....		
INTRODUCCIÓN.....		11
CAPÍTULO		
I	EL PROBLEMA	13
	1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
	1.2. OBJETIVOS.....	16
	1.3. JUSTIFICACIÓN.....	17
II	MARCO TEÓRICO.....	19
	2.1. ANTECEDENTES	19
	2.2. BASES TEÓRICAS	24
	2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	39
III	MARCO METODOLÓGICO.....	42
IV	RESULTADOS.....	48
V	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
	5.1. CONCLUSIONES.....	67
	5.2. RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS		69
ANEXOS		
A.	Encuesta	

LISTA DE CUADROS

		Pp.
CUADRO		
1	Necesidades de la Empresa	49
2	Requerimientos mínimos para el Negocio	50
3	Objetivos empresariales	51
4	Misión	52
5	Visión	53
6	Normas Legales	54
7	Sentido de Pertenencia	55
8	Innovación en la Gestión	56
9	Efectividad	57
10	Orientaciones	58

LISTA DE GRÁFICOS

		Pp.
GRÁFICO		
1	Necesidades de la Empresa	49
2	Requerimientos mínimos para el Negocio	50
3	Objetivos empresariales	51
4	Misión	52
5	Visión	53
6	Normas Legales	54
7	Sentido de Pertenencia	55
8	Innovación en la Gestión	56
9	Efectividad	57
10	Orientaciones	58



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

**PLAN ESTRATÉGICO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE LA
EMPRESA EL PINAR, UBICADA
EN EL ESTADO YARACUY**

Autoras

De Freitas, María J.
Pérez, Anagabriel

Tutora

Profa. Analíz López
Año 2017

RESUMEN

La gestión de empresa consiste en asumir la responsabilidad de conducirla (dentro de un marco de reglas, procedimientos, aspectos legales y éticos) hacia objetivos concretos y en tiempos específicos, planificando las actividades que se consideren necesarias, organizando los recursos disponibles, dirigiendo a las personas y controlando que lo planificado se vaya cumpliendo o adaptando a las realidades del mercado o contexto. En base a este planteamiento se realiza la presente investigación la cual tiene como propósito la elaboración de un plan estratégico para optimizar la gestión a la empresa EL PINAR perteneciente al ramo de las PYMES. Para el diagnóstico inicial se elaboró una matriz FODA de donde partirán las estrategias. En atención al diseño, la presente investigación se clasifica en: documental, de campo, descriptivo y no experimental.” La población en estudio la conforman 20 personas entre directivos y personal laboral de la Hacienda El Pinar y en base al mismo número se estudia la muestra. Para la recolección de datos, como técnica se utilizaron la encuesta en base a un cuestionario compuesto de 10 preguntas de orden cerrado. Los resultados de la misma se llevaron a cabo de forma cualitativa y cuantitativa de manera de obtener mayor precisión en los resultados los cuales permitieron concretar las necesidades de la empresa donde se desarrolló la Propuesta para la creación de la misión, visión y valores de la misma.

Descriptores: Plan Estratégico, Gestión, Empresa, Matriz Dofa.

INTRODUCCIÓN

La gestión empresarial implica el establecimiento de las interrelaciones entre los principios de la organización acorde al número de los procesos funcionales, y se deben considerar algunos factores, como por ejemplo, el conocer cuál es el objetivo principal de la empresa, su misión, visión y valores, enumerar las actividades que se realizarán en la misma, asignar el personal idóneo para que lleve a cabo estas actividades, dividir las mismas entre las personas contratadas, e integrar dichas actividades correspondientes a cada punto.

El propósito de la presente investigación es llevar a cabo la elaboración de un plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa EL PINAR perteneciente al ramo de las Pymes, y a su vez lograr beneficios en la productividad de la misma, ya que a pesar de las actividades que realiza se observa que no cuenta con un plan estratégico concreto que oriente una misión, visión y valores que proyecte los objetivos hacia un futuro mayormente exitoso. Para ello, el proyecto de investigación se llevó a cabo en cuatro capítulos:

El Capítulo I, “El Problema”, describe el planteamiento del mismo en un contexto definido, en este caso la empresa El Pinar C.A., los objetivos de la investigación tanto general como específica y la Justificación.

El Capítulo II, “Marco Teórico”, desarrolla primeramente los Antecedentes que complementarán las bases teóricas de la investigación, se mencionan las bases legales y cierra con la Definición de Términos Básicos.

El Capítulo III, “Marco Metodológico”, describe la modalidad, tipo y diseño de la investigación, así como las técnicas e instrumentos de medición

para la obtención de la información, las técnicas de Análisis y el cuadro de Operacionalización de las Variables.

El Capítulo IV. Denominado “Análisis de Resultados” interpreta de manera cualitativa y cuantitativa los datos obtenidos en el instrumento de medición encuesta y de la matriz FODA.

El capítulo V. desarrolla las conclusiones y las recomendaciones que aporta el estudio a la empresa El Pinar C.A.

Para cerrar, las referencias bibliográficas que sustentan el desarrollo del contenido.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El desarrollo evolutivo del hombre tanto en su esfera individual, como en la grupal e institucional, tiene como causa fundamental la educación, que se considera la base del desarrollo y perfeccionamiento del hombre y la sociedad. González (2012). En este sentido, la capacitación que se aplica en las organizaciones, debe concebirse precisamente como un modelo de educación, a través del cual es necesario, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales.

Cabe destacar que "Las organizaciones deben desarrollar capacidades para construir y retener su propia historia, para sistematizar sus experiencias, para abrirse a los desafíos de mercados y tecnologías, para incorporar las apreciaciones de sus miembros, para construir el "sentido" de sus acciones. Es decir, el aprendizaje no es un momento ni una técnica: "es una actitud, una cultura, una predisposición crítica que alimenta la reflexión que ilumina la acción." (Gore, E.; 1998) definición que es apoyada por algunos autores, debido a que no todas las organizaciones son iguales, todas tienen una figura diferente, necesidades, fortalezas y debilidades que las difieren y que deben ser estudiadas y satisfechas estratégicamente para el logro de sus objetivos.

Por otra parte, el concepto de Planificación Estratégica, comienza a incorporarse en la práctica industrial al finalizar la Segunda Guerra Mundial, cuando las empresas se dan cuenta de que algunos aspectos no eran

controlables: la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante. A partir de ello, surgió la necesidad de tener control relativo sobre los cambios rápidos y, como respuesta a tales circunstancias, los gerentes comienzan a utilizar la planificación (planeación) estratégica.

Del mismo modo, existen muchas definiciones acerca de la planificación estratégica. No obstante, en su forma más sencilla, Polanco (2012) la define como:

Una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando a alinear las metas y recursos de la organización en un todo y con ello, orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño (p.24).

De igual manera, Rey y Delgado (1998), advierten que la planificación estratégica es engañosamente sencilla, porque analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión; sin embargo, la realidad es que se trata de un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa.

Ahora bien, existen diversos enfoques y propuestas acerca de los componentes del proceso de planificación estratégica donde algunos autores sostienen que este proceso tiene básicamente cuatro componentes: la misión, los objetivos, las estrategias y el plan de acción del negocio, todo lo cual da como resultado el plan estratégico; otros, incluyen incluso más elementos o componentes de análisis.

Efectivamente, las empresas en general requieren incrementar no solamente la infraestructura sino también su gente, ya que de manera constante, uno de los principales elementos es el nivel de capacitación y desarrollo que tiene su personal, el cual se considera como un proceso administrativo que sólo será efectivo e interesante si se acompaña de una evaluación posterior de los resultados obtenidos.

Por lo tanto, el factor humano es base y motor de toda empresa, ya que su influencia es decisiva en el desarrollo, evolución y futuro de la misma para lograr que el hombre sea y siga siendo el activo más valioso de cualquier pequeña o mediana empresa. Por ello, la ciencia de la Administración del Personal, desde que Frederick Taylor, promotor de la organización científica del trabajo dijera que la Administración científica: “Selecciona científicamente y luego instruye, enseña y forma al obrero”, pensamiento que ha venido dando mayor énfasis a la capacitación y desarrollo del personal dentro de las empresas.

Dentro de este orden de ideas, un proverbio atribuido al Corán y que frecuentemente se aplica a las situaciones en las que se encuentran los administradores, refiere “Si no sabes a dónde vas, cualquier camino te conduce allí”; queriendo con esto decir que preguntas como Quiénes somos?, por qué existimos? y hacia dónde vamos? es fundamental hacerlas de cuando en cuando para asegurarse andar debidamente enfocados.

De hecho, enfoque es, probablemente, la única palabra importante en el diccionario de la planeación, ya que una de las razones más importantes para tener un plan es evitar el desperdicio de las fuerzas en afanes de muy poca o ninguna contribución a la razón de ser. Al respecto, una de las críticas a veces justificables del proceso de planeación es que éste tiende a ser más analítico

que intuitivo. No obstante, en realidad, tanto la intuición como el análisis son esenciales para una planeación efectiva. Morrisey (1997).

Dentro de este marco, en el contexto que acontece el presente trabajo de grado, la empresa El Pinar, ubicada en la carretera 20 norte, Colonia Agrícola Yumare, municipio Manuel Monje, en el estado Yaracuy, categorizada dentro de las Pymes, es una empresa que se dedica a la agricultura, específicamente en el cuidado de Naranjales, recolección de frutos y posterior distribución de los mismos.

La misma cuenta con un jefe encargado de la dirección, y dos trabajadores fijos, con 17 trabajadores temporales, sin embargo, a pesar de las actividades que realiza se observa que no cuenta con un plan estratégico concreto que orienten una misión, visión y valores que proyecte el trabajo hacia un futuro mayormente exitoso. De esta forma, la planificación estratégica a largo plazo implica tanto la intuición como el análisis para determinar las posiciones futuras que la mencionada empresa necesita alcanzar.

Formulación del Problema

¿Qué beneficios trae el desarrollo de un plan estratégico que esté orientado a la optimización de la gestión en el desarrollo de las actividades en la empresa El Pinar?

1.2 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa El Pinar, ubicada en el Estado Yaracuy.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual en cuanto a la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.
- Identificar los factores internos y externos que afectan la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.
- Diseñar un plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

1.3 Justificación

Las herramientas de la administración no son diferentes de otras que requieren habilidad. Para implementarlas, se necesita capacitación para su uso, además de un seguimiento efectivo y consistente, si van a utilizarse para alcanzar los beneficios previstos, donde la planificación estratégica se convierte en un proceso que en la práctica “debe mantenerse unido al equipo administrativo para traducir la visión, misión, y estrategias en resultados tangibles”. Tito (2003).

Cabe señalar que tomando como punto de partida la línea de gestión del conocimiento, la presente investigación pretende a través de la propuesta, identificar claramente en los entornos internos y externos de la empresa El Pinar, tanto las oportunidades y amenazas como las debilidades y fortalezas para minimizar las debilidades a partir de las oportunidades y desarrollar puntos fuertes potenciando las fortalezas existentes.

Por otra parte, la investigación tiene importancia ya que a través de la implementación de la propuesta, la empresa El Pinar se beneficiaría en el

campo competitivo del rubro de elaboración y distribución de jugos de naranja, aumentando la productividad.

En lo personal, dentro de la administración se tiene claro que si no existe planificación en una organización independientemente del tamaño de ésta, jamás se podrán lograr los objetivos organizacionales, ni desarrollar planes estratégicos para la consecución de los objetivos de dicha organización.

El desarrollo de la investigación está enfocado dentro de las Pymes particularmente en el sector de agricultura, que busca el crecimiento de la empresa. Por lo expuesto, el estudio aborda el área de planificación estratégica considerando el enfoque de optimizar la gestión de la misma, incorporando herramientas administrativas cobrando justificación; por lo que a nivel empresarial aporta ideas que permiten proyectar el trabajo hacia un futuro mayormente exitoso y aumentar su desarrollo en el mercado haciéndola más competitiva.

Desde el aspecto metodológico servirá de apoyo y antecedente a otras investigaciones en el mismo campo de estudio, que requieran orientación para la elaboración de misión, visión y valores de empresas. Asimismo, ha permitido contrastar los referentes teóricos desarrollados en la prosecución de la carrera a través de su línea de investigación, con la práctica y dinámica real de los contextos empresariales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Cuando se tiene planteado el problema de estudio (es decir, que se poseen objetivos y preguntas de investigación) y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio, etapa que algunos autores llaman marco teórico. Ello implica analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio Rojas (1981).

El punto de partida para construir un marco teórico lo constituye el conocimiento previo de los fenómenos que se abordan, así como las enseñanzas que extraídas del trabajo de revisión bibliográfica que obligatoriamente hay que hacer. Éste, responde a la pregunta: ¿qué antecedentes existen? Por ende, tiene como objeto dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos, proposiciones y postulados, que permita obtener una visión completa del sistema teórico y del conocimiento científico que se tiene acerca del tema.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Según Arias (2006). “Los antecedentes reflejan los avances y el Estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones” (p.25). Se refieren a todos los trabajos de investigación que anteceden al actual, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hallan propuesto objetivos similares; además, sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad.

Al respecto, Hurtado (2015), realizó el trabajo de grado titulado **“Plan Estratégico como Herramienta para Fortalecer la Gestión Educativa en la E.T Simón Bolívar Naguanagua Estado Carabobo”**, para optar al título de Gerencia Avanzada en Educación, en la Universidad de Carabobo.

En cuanto al trabajo realizado se enfocó en enriquecer la gestión educativa, al proveer de dirección a la institución para formular estrategias de acción, que permitirán adecuar las prácticas educativas al funcionamiento de la escuela como centro del quehacer comunitario, como una nueva forma de comprender, organizar y conducir, tanto al sistema educativo como a la organización escolar, teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas que enfrenta en su propio medio, además de las fortalezas y debilidades de la organización misma, igualmente, evalúan las estrategias y actitudes de la gente como los factores más importantes, ya que estas deberán conducir a la organización a un futuro deseado

Por otra parte, Díaz (2013), realizó la Tesis titulada **“Diseño de un sistema de gestión empresarial adaptado a las Pymes del sector textil cuya producción se basa en el tisaje de tejidos para el hogar”** para optar al grado de Ingeniero en producción textil, en la Universidad Politécnica de Valencia, España. El presente trabajo de investigación trata de uno de los pilares que sustentarán el devenir de las empresas del sector textil ante los nuevos retos que supone la nueva competencia ejercida por los países asiáticos.

Estos pilares, innovación aplicada a productos y procesos, capacidad de desarrollo de artículos con diseño diferenciado y gestión eficaz de las empresas constituirán los elementos necesarios para la supervivencia del sector. El contenido de esta investigación propone un modelo específico de gestión adaptado a las empresas del sector textil de mayor relevancia en la Comunidad Valenciana constituido por las Pymes dedicadas a la fabricación de tejidos

destinados al sector de textiles para el hogar. El modelo propuesto ha sido desarrollado contando con la participación de un importante número de empresas pertenecientes al sector definido, fruto de esta colaboración se ha definido un sistema de gestión basado en la utilización de una serie de indicadores divididos en cinco perspectivas desde las cuales se propone medir la evolución de la empresa y los resultados que suponen las diferentes decisiones estratégicas emprendidas.

Como resultado, se definen los Factores Críticos de Éxito común al conjunto de empresas de estas características y se genera un Cuadro de Mando constituido por una cifra de 27 indicadores. Con el sistema de control propuesto se conseguirá el control total del negocio.

También, Silva y Sevilla (2013), realizaron el Trabajo Especial de Grado titulado **“Propuesta de un Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa Sisalma Sistemas Integrales C.A. ubicada en el estado Miranda, Venezuela”**, para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública, en la Universidad José Antonio Páez, estado Carabobo, Venezuela.

El mismo se realizó con la finalidad de mejorar la gestión de las cuentas por cobrar de la mencionada empresa, debido a que existen clientes, cuyo servicio se ha prestado, sin embargo, la facturación que emiten tiene tiempo sin cancelarse, lo que ha repercutido negativamente en la cancelación de la nómina del personal, ya que en ocasiones no han contado con la liquidez monetaria para cubrir sus obligaciones con el personal. Para alcanzar los objetivos propuestos, se seleccionó una población constituida por 5 personas que laboran en el área contable de la organización, al mismo tiempo, que se determinó que la muestra, fue conformada por la misma cantidad de personas de la población, ya que se seleccionó el tipo de muestreo censal.

De igual manera, se seleccionó como técnica de recolección de datos a la encuesta basada en un cuestionario como instrumento. A su vez, el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que afectan la gestión de las cuentas por cobrar, se realizó a través de una matriz FODA, de la cual se derivó el Plan Estratégico a través del cual se pudo mejorar la administración de las cuentas por cobrar en la empresa en estudio. Al finalizar la investigación, se concluyó que al personal de cuentas por cobrar le hace falta procedimientos y los formatos que les ayude a mejorar la contribución de este departamento, situación que fue solventada con los objetivos estratégicos propuestos.

El aporte de este estudio a la presente investigación, es que propone estrategias para mejorar el manejo y control de la gestión de cuentas por cobrar permitiendo a la empresa adoptar cambios que contribuyen a la superación de las debilidades que optimicen la organización y control de todo lo relacionado con el área de cobranzas.

Por otra parte, Hernández (2013), realizó la Tesis Doctoral titulada **“Modelo de Gestión Empresarial según nuevas tendencias: intangibles y calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela”** para optar al grado de Doctor en Gestión Empresarial, en la Universidad de Córdoba, España.

En la presente investigación, el autor refiere que las empresas deben enfrentarse a un entorno empresarial muy competitivo donde la globalización de la economía y el comercio internacional generan una constante carrera por conquistar clientes, generándose un ambiente de competencia cada día más fuerte. Esto, sumado a que la era industrial ha sido reemplazada por la sociedad de la información y del conocimiento, ha generado la puesta en práctica de

modelos de una gestión empresarial más eficientes donde los intangibles y la calidad total se tornan esenciales.

Por otra parte, dado que en cualquier entorno empresarial, los objetivos de las organizaciones se deben dirigir a la maximización de su valor, es necesario tomar decisiones en función del impacto de éstas sobre los objetivos estratégicos de la empresa, movilizandando las capacidades de las empresas en todos los órdenes: humano, organizativo y relacional. Asimismo, los diversos cambios del entorno obligan a dichas organizaciones a estar continuamente revisando y rediseñando sus estrategias con la finalidad de lograr un liderazgo y/o un posicionamiento importante en el mercado nacional e internacional, enfrentándose a un entorno de grandes competidores que ofrecen productos y servicios en condiciones ventajosas por su trayectoria y solvencia.

El presente estudio aporta información valiosa sobre modelos de gestión empresarial basados en las nuevas tendencias del mercado, además, desarrolla la teoría y conceptos básicos relativos a modelos relacionados con la gestión de intangibles, calidad total y evaluación de estrategias organizacionales.

De igual manera, Peraza (2013), presento el trabajo de grado titulada **“Plan Estratégico para la optimización del control interno del departamento de crédito y cobranza en la empresa Molinos Carabobo, S.A.”** Llevado a cabo en la Universidad José Antonio Páez, para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas, siguiendo los lineamientos de un proyecto factible.

Asimismo, con la implementación de esta propuesta, se fortaleció la misión administrativa de la empresa, lo que le dio a la misma la posibilidad de contar con una unidad funcional bien estructurada, cuyo personal asignado

desarrollo sus actividades de manera confiable; así como la normativa y procedimientos que estos siguieron para optimizar los resultados de su trabajo.

2.2 Bases Teóricas

Según Bavaresco (2006), las Bases Teóricas:

Son las teorías que brindan al investigador el apoyo inicial dentro del conocimiento del objeto de estudio, cada problema posee algún referente teórico, lo que indica, que el investigador no puede hacer abstracción por el desconocimiento, salvo que sus estudios se soporten en investigaciones puras o bien exploratorias. (p.51)

Planificación o Plan Estratégico

Antes de ahondar el tema de la planificación estratégica, es necesario conocer algo sobre estrategia. Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. Proviene del griego “stratos” = ejército y “agein” = conductor o guía. Es decir, la palabra estrategia significa literalmente “guía de los ejércitos”.

La planeación estratégica se define como el “arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones interfuncionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos, es un proceso efectivo en la medida en que proyecte actividades y metas que deben ser cumplidas por cada una de las unidades de la organización en un tiempo determinado. De acuerdo con Zambrano (2010):

El plan estratégico es un ejercicio metodológico que busca formas integradas de solución a los problemas, es un conjunto de procedimientos para relacionar lo que se quiere lograr (objetivos), con la forma de lograrlo (estrategias) y los instrumentos de que se disponen para tales propósitos. En este sentido, la planificación estratégica es un ejercicio permanente e iterativo, en tanto desarrolla sus planteamientos y propuestas a través de sucesivas

aproximaciones, proponiendo, verificando y realimentando las proposiciones iniciales (p.23).

En este aspecto, lo expresado por el autor pone de manifiesto que la planificación estratégica ayuda a los integrantes de una organización a desarrollar, organizar, utilizar y tener una mejor comprensión del entorno en el cual opera, o el campo donde funciona, de sus clientes, de sus propias capacidades y limitaciones, esto da eficacia a las acciones de una organización al estar en constante interacción con su entorno. De allí, la importancia de estructurar un plan estratégico para optimizar el rendimiento laboral de los empleados del área de administración de la empresa El Pinar.

Al respecto, la planeación al ser aplicada en cualquier nivel de la organización puede convertirse en un recurso indispensable para que la empresa se considere productiva. En este orden de ideas, se deben plantear los pasos a seguir o elementos del plan estratégico, que según Martínez (2006), son los siguientes:

Las tareas deben ser lo más específicas y detalladas posibles, reflejando cada paso necesario. Las tareas deben tener tiempos específicos, fechas de inicio y fechas de finalización, para lo cual es aconsejable adaptar al formato del plan de acción una gráfica de Gantt para tal propósito. Por último, en la parte de planeación, se deben asignar los responsables de cada tarea, quienes preferentemente deben ser quienes están involucrados en la elaboración del plan de acción (p.18).

Por lo tanto, la ejecución de un plan de acción tiene un significado especial cuando cada uno de los elementos es usado de manera responsable en cada una de las tareas que deba cumplir el comprometido de acuerdo a una

estrategia específica, motivo por el cual es preciso realizar un seguimiento de las actividades y de ser posible tomar el tiempo que estas requieran, de allí la importancia de supervisar con el objetivo, de verificar que las tareas se estén realizando de acuerdo a lo pautado y poder corregir si es el caso. Lo cual sugiere una sección que indique si existe o no avances en el desarrollo del objetivo organizacional y no dejar para el final las revisiones propias del proceso que se deban cumplir en el tiempo estipulado para alcanzar la meta deseada. Ahora bien, un plan estratégico se compone en general de varias etapas:

- **Etapas 1:** Análisis de la Situación.

En lo que refiere al análisis de la situación, mediante éste se conoce la realidad en la cual opera la organización, analizando datos pasados, presentes y futuros que proporciona la base para seguir el proceso de la planeación estratégica.

Es así, que a través de esta etapa, se identifican y analizan las tendencias, fuerzas y fenómenos claves que tienen impacto potencial en la formulación e implantación de las estrategias, al igual que aspectos como dónde obtener los datos o cómo obtenerlos más rápidamente. Es decir, la finalidad de esta etapa es conocer la evolución histórica y esperada del entorno en el que actúa la empresa, del mercado al que atiende y de su situación ante clientes y proveedores, para identificar las fortalezas y debilidades propias frente a las de sus competidores, así como las oportunidades y amenazas que puede enfrentar.

- **Etapas 2:** Diagnóstico de la Situación.

En lo que respecta al diagnóstico, en todos los ámbitos profesionales es siempre la consecuencia de un análisis previo a partir del cual puedan

extraerse unas conclusiones y definir una estrategia concreta. Es decir, a través del diagnóstico de la situación se conocen las condiciones actuales en las que se desempeña la organización, para ello es necesario entender la actual situación (tanto dentro como fuera de la empresa).

Es decir, a través del diagnóstico se trata de obtener una aproximación lo más real posible, a las magnitudes en que los problemas detectados afectan a la organización que se está analizando, por lo que no supone por tanto un avance en cuanto al acopio de información pero es de suma utilidad en la medida en que se haya logrado identificar los puntos que marcarán una nueva estrategia.

- **Etapa 3: Declaración de Objetivos Estratégicos**

En cuanto a los Objetivos estratégicos son los puntos futuros debidamente cuantificables, medibles y reales puesto que luego han de ser medidos, es decir, son metas organizacionales a largo plazo que ayudan a convertir una declaración de una misión de una visión amplia en planes y proyectos más específicos. Éstos ponen los puntos de referencia más importantes para el éxito y están diseñados para ser traducciones medibles, específicas y realistas de la declaración de misión que pueden ser utilizados por la administración para orientar la toma de decisiones.

Cabe destacar, que estas estrategias se desarrollan normalmente como parte de un plan de dos a cuatro años en el que se identifican los puntos fuertes y los puntos débiles para establecer entonces las expectativas específicas que permiten a la empresa u organización lograr su más amplia declaración de visión.

- **Etapa 4:** Estrategias Corporativas.

Al señalar las estrategias corporativas, éstas responden a la necesidad de las empresas e instituciones para responder a las necesidades del mercado (interno y externo), para poder "jugar" adecuadamente mediante "fichas" y "jugadas" correctas, en los tiempos y condiciones correctas, Es decir, muestra los pasos fundamentales que la organización debe seguir para alcanzar un objetivo o establecer estos objetivos.

Es importante saber, que, a través de ésta, la gerencia puede identificar los negocios en los cuáles la empresa deberá involucrarse en un futuro, además de tener claro los productos a ofrecer y los mercados a servir.

- **Etapa 5:** Planes de Actuación.

En lo que respecta a los planes de actuación son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico. En ese orden de ideas, el plan de actuación operativiza las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los objetivos fijados en el Plan Estratégico Sectorial, permitiendo alinear la operación con la planeación estratégica de la entidad.

El Plan de Actuación, como herramienta eficaz detalla proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la Entidad en una vigencia determinada, fijación de tiempos y responsables. En este punto, cuando se necesita organizar el trabajo y no se sabe por dónde empezar, lo más recomendable es hacer un plan de acción para distribuir las actividades y optimizar el tiempo, ya que un plan de acción sirve para definir

las acciones y tareas que se van a realizar asignando responsables y fechas de inicio y termino.

- **Etapa 6: Seguimiento.**

En esta etapa, es importante conocer que para una correcta evaluación de la ejecución del Plan Estratégico, es necesario disponer de una metodología de seguimiento y control que permita obtener información fiable del estado de avance del Plan estratégico. El seguimiento, permite "controlar" la evolución de la aplicación de las estrategias corporativas en las empresas u organizaciones; o sea, el seguimiento permite conocer la manera en que se viene aplicando y desarrollando las estrategias y actuaciones de la empresa; para evitar sorpresas finales, que puedan difícilmente ser enmendadas.

Es decir, en esta etapa se realiza el seguimiento continuo a las metas de los indicadores establecidos en el proceso del plan estratégico con el fin de retroalimentar dicho proceso para el logro de los objetivos estratégicos, así como para la anticipación de riesgos y oportunidades.

- **Etapa 7: Evaluación.**

Esta etapa final, refiere el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos planteados, permitiendo hacer un "corte" en un cierto tiempo y comparar el objetivo planteado con la realidad. Existe para ello, una amplia variedad de herramienta, y es posible confundirlo con otros términos como el de organizar, elaborar proyecto etc. Se trata entonces de un proceso que tiene por finalidad detectar desviaciones respecto de lo planificado, estudiar las causas que las originan e implementar acciones correctivas y ajustes.

En fin, el Plan Estratégico es importante para lograr el éxito en una organización, este plan debe contener además de la misión y visión de su negocio, los valores compartidos, los objetivos, las estrategias y el plan de acción para lograr las metas y resultados positivos que se plantean. Por consiguiente, el Plan Estratégico ayuda a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, ésta generará reuniones en todo el personal para la obtención de sus objetivos.

Dentro de las necesidades y Beneficios de la Planificación Estratégica están:

- Mantiene a la vez el enfoque en el futuro y en el presente
- Refuerza los principios adquiridos en la misión, visión y estrategia.
- Fomenta la planeación y la comunicación interdisciplinarias.
- Asigna prioridades en el destino de los recursos.
- Constituye el puente con el proceso de planeación táctica a corto plazo
- Obliga a los ejecutivos a ver la planeación desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales a modo que puedan contribuir a lograrlos.

Finalmente, la planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación externa y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos. Debido a que la planeación estratégica toma en cuenta a la empresa en su totalidad, ésta debe ser realizada por la cúpula de la empresa y ser proyectada a largo plazo, teóricamente para un periodo de 5 a 10 años, aunque en la práctica, hoy en día se suele realizar para un periodo de 3 a un máximo de 5 años, esto debido a los cambios constantes que se dan el mercado. A

continuación, el proceso o los pasos necesarios para realizar la propuesta de planeación estratégica para la empresa El Pinar:

1. Declaración de la Visión

La visión es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse. Ésta responde a la pregunta: “¿qué queremos ser?”, ¿Dónde se quiere llegar? Responde a la pregunta: ¿A dónde queremos llegar, en dónde nos vemos en el futuro? Da la amplitud del marco de referencia empresarial en el cual se quiere desarrollar y se puede enfocar desde dos sentidos. Es lo primero que se piensa y lo último que se consigue en un plan estratégico.

2. Declaración de la Misión y establecimiento de Valores

La misión es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la empresa. La misión responde a la pregunta: “¿cuál es la razón de ser de la empresa?”. Es concebida como una oportunidad para hacer negocios que una compañía identifica dentro de un contexto de necesidades, ¿Cómo estamos? Y ¿Para qué se ha creado a la empresa?

Por otro lado, los valores son cualidades positivas que posee una empresa, tales como la búsqueda de la excelencia, el desarrollo de la comunidad, el desarrollo de los empleados, etc. Tanto la misión como los valores le dan identidad a la organización

3. Análisis externo de la Empresa

El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimiento y tendencias que sucedan en el entorno de la empresa, con el fin de conocer la situación del entorno, y detectar oportunidades y amenazas. Para el análisis externo se evalúan las fuerzas económicas, sociales, gubernamentales, tecnológicas; así como la competencia, los clientes y los proveedores de la empresa. Se evalúan aspectos que ya existen, así como aspectos que podrían existir (tendencias).

4. Análisis interno de la Empresa

El análisis interno consiste en el estudio de los diferentes aspectos o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de conocer el estado o la capacidad con que ésta cuenta, y detectar sus fortalezas y debilidades. Para el análisis interno se evalúan los recursos que posee una empresa, ya sean financieros, humanos, materiales, tecnológicos, etc.

5. Establecimiento de los Objetivos Generales

Los objetivos generales se refieren a los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo. Una vez realizado los análisis externos e internos de la empresa, se procede a establecer los objetivos que permitan lograr la misión, y que permitan capitalizar las oportunidades externas y fortalezas internas, y superar las amenazas externas y debilidades internas. Estos objetivos se establecen teniendo en cuenta los recursos o la capacidad de la empresa, así como la situación del entorno.

6. Diseño, evaluación y selección de estrategias

Una vez que se han establecido los objetivos generales de la empresa, se procede a diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible, dichos objetivos. El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente:

- Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.
- Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior.
- Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una.
- Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.

7. Diseño de planes estratégicos

Y, finalmente, una vez determinado las estrategias que se van utilizar, se procede a diseñar los planes estratégicos, que consisten en documentos en donde se especifica cómo es que se van a alcanzar los objetivos generales propuestos, es decir, cómo se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas. En el plan estratégico se debe señalar: Fred, (2012).

- Cuáles serán los objetivos específicos que permitan alcanzar los objetivos generales.
- Cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos.

- Qué recursos se van a utilizar, y cómo es que se van a distribuir.
- Quiénes serán los encargados o responsables de la implementación o ejecución de las estrategias.
- Cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados.
- Cuánto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias.

De acuerdo a los aspectos expuestos anteriormente, las autoras de la presente investigación tienen un interesante punto de partida para obtener a través de las estrategias propuestas respuestas a los objetivos planteados.

Gestión y Gestión Empresarial

Del latín “

de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas:

El primero de los citados puntales es lo que se reconoce como estrategia. Es decir, el conjunto de líneas y de trazados de los pasos que se deben llevar a cabo, teniendo en cuenta factores como el mercado o el consumidor, para consolidar las acciones y hacerlas efectivas. El segundo pilar básico es la cultura o lo que es lo mismo, el grupo de acciones para promover los valores de la empresa en cuestión, para fortalecer la misma, para recompensar los logros alcanzados y para poder realizar las decisiones adecuadas. A todo ello, se une el tercer eje de la gestión: la estructura. Bajo este concepto lo que se esconde son las actuaciones para promover la cooperación, para diseñar las formas para compartir el conocimiento y para situar al frente de las iniciativas a las personas mejores cualificadas. El cuarto y último pilar es el de la ejecución que consiste en tomar las decisiones adecuadas y oportunas, fomentar la mejora de la productividad y satisfacer las necesidades de los consumidores. <http://definicion.de/gestion/>

Por otro lado, la gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente, por tanto, tiene en cuenta infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico, así es que la gestión empresarial debe ser una de las principales virtudes de un hombre de negocios, por lo que engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado. Olivetto, (2008)

En esta misma línea, el diseño de una empresa debe contar con una serie de conocimientos en diversas áreas que puedan garantizar que las condiciones de existencia de la misma se podrán desarrollar en el tiempo, donde la más

importante de todas es quizá determinar si la actividad llevada a cabo podrá ser rentable en distintos contextos propios de la economía.

En este sentido, la gestión empresarial deberá enfocar una estrategia de desarrollo que posibilite un crecimiento en función de los resultados obtenidos, implicando lógicamente considerar detenidamente los distintos pasos que se deben llevar a cabo desde el inicio de una entidad de estas características de forma tal que la exposición sea la mínima posible, haciendo que existan distintas etapas de desarrollo en función de la inserción que se logre en el mercado.

En este punto, es importante el considerar a la competencia y a la demanda para un determinado bien y servicio será fundamental, en la medida en que esta circunstancia dará cuenta de los precios que se deberán mantener y en consecuencia los costos que se podrán afrontar.

Entonces, la gestión empresarial compete a numerosos factores, muchos de los cuales difícilmente se aprenderán en un ámbito universitario o de educación informal. En efecto, lo más importante es la experiencia que se desarrolla, como asimismo los vínculos que se pueden generar. Con esto, no se quiere significar que una educación orientada a la gestión no sea de ayuda hasta de gran importancia; no obstante, existen numerosos aspectos, numerosos problemas de planificación y de toma de decisiones que solo la práctica y una determinada personalidad cargada de aptitudes puede llevar a cabo.

Como consecuencia, no es casualidad que los directores de las grandes compañías deban formarse en ocasiones en disciplinas que sean lo más transversales posibles, en muchos casos aparentemente diametralmente encontradas con la orientación de la actividad económica en cuestión.

Análisis FODA

A principios de 1960, cuando un equipo de investigadores del Instituto de Investigación de Stanford desarrolló el concepto, FODA era conocido como SUAVE – SOFT- (Satisfactorio, Oportunidad, Fallos y Amenazas). Fue el resultado de la necesidad de entender por qué la planificación empresarial fracasaba. En el momento en que llegó a ser conocido como FODA, ya era parte de la política de Negocios de Harvard y luego fue desarrollado como una técnica para analizar los procesos de planificación estratégica.

El análisis o matriz FODA está compuesto por una evaluación de las competencias internas como fortalezas (F), debilidades (D), y las competencias externas como las oportunidades (O) y amenazas (A), dónde nos proporciona un esquema para la toma de decisiones estratégicas. González (2015)

2.3 Bases Legales

Según Villafranca (2002), “Las bases legales no son más que se leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” explica que las bases legales “son leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite” (p.65).

La **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela** (1999) en el Artículo 117 establece:

Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el

resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.(p.40)

La Norma ISO 9001:(2008)

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC).

La norma ISO 9001 es aplicable a cualquier organización, independientemente de su tamaño y ubicación geográfica. Una de las principales fortalezas de la norma ISO 9001 es su gran atractivo para todo tipo de organizaciones. Al centrarse en los procesos y en la satisfacción del cliente en lugar de en procedimientos, es igualmente aplicable tanto a proveedores de servicios como a fabricantes.

La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- Compromiso a sus accionistas
- Reputación de su organización
- Satisfacción de cliente
- Ventaja competitiva

2.4 Glosario de Términos

Actitud: la actitud es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar, también puede considerarse como cierta forma de motivación social -de carácter, por tanto, secundario, frente a la motivación biológica, de tipo primario- que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas.

Demanda: se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Eficacia: capacidad de cumplir los objetivos marcados.

Eficiencia: es la cantidad mínima de inputs (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.) para obtener un nivel dado de outputs (ganancias, objetivos cumplidos, productos).

Empleado: es la cantidad mínima de inputs (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.) para obtener un nivel dado de outputs (ganancias, objetivos cumplidos, productos).

Estrategia: es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio, y la multiplique”. Muchas de las definiciones modernas hacen énfasis en la necesidad de una empresa de tener una ventaja competitiva, que la distinga de las demás. Según Michael Porter, la estrategia competitiva trata sobre “Ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor.

Gestión Organizacional: es aquella estrategia normativa que hace referencia a la necesidad de un cambio. Esta necesidad se basa en la visión de la organización para que haya un mejor desempeño administrativo, social, técnico y de evaluación de mejoras.

Inversión: es aquella parte de la producción que no se destina al Consumo inmediato sino a la producción de nuevos Bienes De Consumo o de nuevos bienes de Capital. En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos. El fin de la Inversión es mantener e incrementar la producción de Bienes de Consumo, para lo cual es necesario reponer el Stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho Stock.

Misión: es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. Se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

Organización: son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.

Visión: se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

Entornos: conjunto de variables físicas, sociales, políticas, económicas, etc. que rodean, interrelacionan y afectan a una persona u organización y con las que se constituye un sistema.

Valores: son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El Marco Metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que estudiamos, al respecto Sabino (2007: 118) dice: “En cuanto a los elementos que es necesario operacionalizar pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables”.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

Independientemente de la terminología que se asuma, difícilmente los tipos o diseños de investigación se presentan de manera pura. Generalmente estos se entremezclan a la hora de desarrollar un trabajo de investigación.

Sabino (2007) hace referencia a tipos y a diseños de investigación. En cuanto a los primeros menciona, según sus objetivos externos, los puros y aplicados, mientras que según sus objetivos internos, describe los exploratorios, descriptivos y explicativos. Arias (2006) refiere “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la presente investigación se clasifica en: documental, de campo, descriptivo y no experimental.”

Según el autor Palella y Martins (2010), define:

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (pag.88)

Asimismo, refiere que la investigación documental: se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales- uno de, los ejemplos más típicos de esta investigación son las obras de historia. Igualmente, se trata de un estudio de tipo descriptivo, el cual según Gómez (2012) refiere:

Los estudios descriptivos sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. (pag.90).

3.2 Fases de la Investigación

Con la finalidad de alcanzar el objetivo general propuesto en la presente investigación relativa a Proponer un plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa El Pinar, ubicada en el estado Yaracuy, se desarrollarán las siguientes fases metodológicas.

Fase I. Diagnóstico de la situación actual en cuanto a la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

A fin de llegar a un diagnóstico preciso acerca de la actual situación a valorar en relación a la gestión de la empresa es necesario precisar la población y la muestra. En este sentido, tales aspectos representan todas las unidades de la investigación que se estudia de acuerdo a la naturaleza del problema, es decir, la suma total de las unidades que se van a estudiar, las cuales deben poseer características comunes dando origen a la investigación. Arias (2006: 98), señala que “es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación”. La población en estudio en la presente investigación la conforman 20 personas entre directivos y personal laboral de la Empresa El Pinar ubicada en el estado Yaracuy.

Asimismo, la muestra es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. Para Balestrini (2006:138), la muestra “es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población”. En el caso que compete la presente investigación, se trata de una muestra probabilística, para Castro (2003: 98), la probabilística, “son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla”, en este caso 20 personas.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo, Sabino (2007:149) señala que “el instrumento sintetiza en sí toda la labor previa de la investigación, resume los

aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto a las variables o conceptos utilizados” y por técnica, “Conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos sobre estos conceptos”.

Al respecto Castro (2006), agrega que ambos indican que las técnicas están referidas a la manera como se van a obtener los datos y los instrumentos son los medios materiales, a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación.

Para la presente investigación se utilizará la encuesta, la cual Martínez (2006:54) refiere: “es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra”, en este caso, la muestra representativa correspondiente al personal obrero y administrativo de la empresa El Pinar, a su vez, la implementación del cuestionario el cual consta de 10 preguntas de orden cerrado (si/no) a fin de obtener a través de los resultados, la orientación de la misión, visión y valores que se desea concretar para la mencionada empresa.

Fase II. Identificar los factores internos y externos que afectan la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

Para el desarrollo de esta fase, se tomó en cuenta los resultados obtenidos, luego de la aplicación del instrumento de medición encuesta, a fin de determinar los factores internos y externos que afectan directa e indirectamente la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el estado Yaracuy. De igual forma, se llevó a cabo el análisis del entorno en el cual está enmarcada la empresa; de esta manera, los factores externos que competen a la presente investigación, refieren las oportunidades y amenazas que lo afectan; a su vez, los factores internos están relacionados con las fortalezas y debilidades. Estas cuatro clasificaciones, están ubicadas en una matriz FODA (Fortalezas,

Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la cual se seleccionó las estrategias que orientaron la solución del problema.

Fase III. Diseñar un plan estratégico para optimizar la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

Una vez analizado los aspectos concluyentes de la matriz FODA, se procedió a diseñar un plan estratégico que conduzcan a fortalecer la gestión de la empresa El Pinar, así como definir la misión, visión y valores que deben ser norte de los trabajadores de la misma, para obtener una empresa fundamentada en aspectos que atraigan el mercado competitivo.

Operacionalización de las Variables

Es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. El proceso obliga a realizar una definición conceptual de la variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación, luego en función de ello se procese a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llegado el caso. Ferrer (2010).

Cuadro N° 1. Operacionalización de las Variables.

Objetivo Específico	Variable	Definición Operacional	Indicador
Diagnosticar la situación actual en cuanto a la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy	Gestión	Conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto	Dirección Administración Rentabilidad
Identificar los factores internos y externos que afectan la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.	Factores Internos y Externos de la gestión	Los factores internos son aquellos que dependen directamente de la organización y sobre las cuales la organización puede actuar; entretanto los factores externos no dependen de la organización.	Modelo Calidad Eficiencia Innovación Marco Legal Infraestructura
Diseñar un plan estratégico para optimizar la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy	Plan Estratégico	Es un documento en el que los responsables de una organización reflejan cual será la estrategia a seguir por su organización en el medio plazo.	Misión Visión Valores

Fuente: De Freitas, Pérez (2017)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El presente capítulo tiene como objetivo presentar los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta al personal de la empresa El Pinar con la finalidad de diagnosticar cuales son los factores que afectan la gestión actual de la misma.

En relación al Análisis de los Resultados Para Arias, F. (2006) expresa:

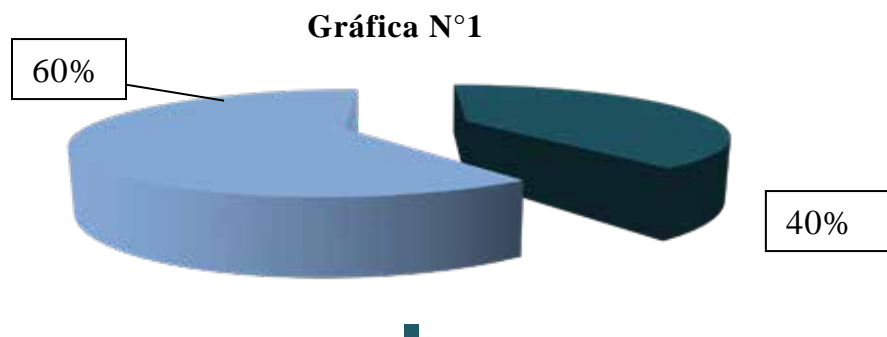
En este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuese el caso. En los referente al análisis, se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis, síntesis) o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados. (P.111).

De esta manera, el análisis de los resultados obtenidos se realizó bajo el enfoque cuantitativo, lo que implica que en primer lugar una vez aplicada la encuesta a la muestra seleccionada, los datos fueron tabulados en diagramas de frecuencia y posteriormente representados en gráficos circulares para su mejor comprensión, luego estos resultados fueron analizados contrastándolos con el basamento teórico del presente trabajo de grado.

Pregunta N°1. ¿Tiene usted claro cuáles son las necesidades que tiene la empresa?

Tabla N°1

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	8	40%
NO	12	60%
Totales	20	100%



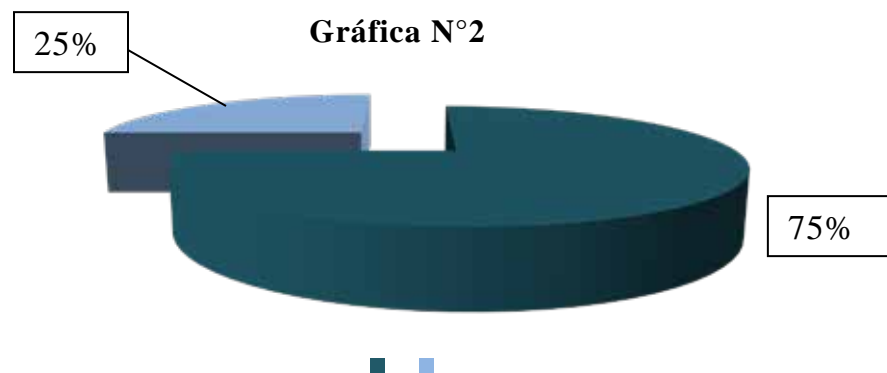
Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, en la presente representación gráfica se puede observar que la mayor porción corresponde al 60% que refiere que 12 personas no tienen claro cuáles son las necesidades que tiene la empresa, el resto, 40% señalan que sí. Al respecto, para llevar a cabo una estrategia adecuada de capacitación es necesario tener una Detección de Necesidades o Diagnóstico de Necesidades de Capacitación, que es el proceso orientado a la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimiento de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una organización, con la finalidad de contribuir en el logro de los objetivos corporativos y personales. Gonzále(2014).

Pregunta N°2. ¿Tiene conocimiento de cuáles son los requerimientos mínimos para emprender un negocio?

Tabla N°2

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	15	75%
NO	5	25%
Totales	20	100%



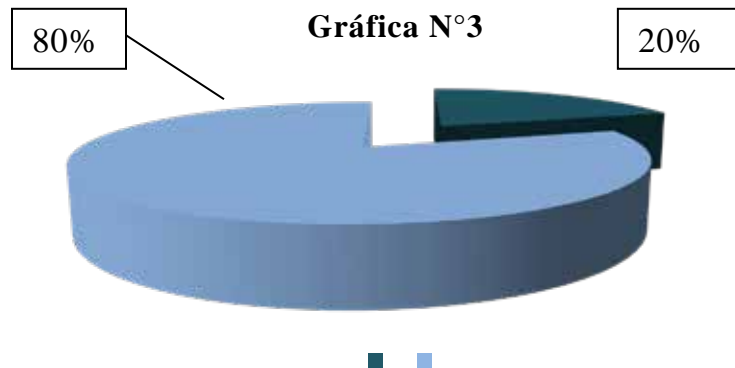
Análisis

En la presente representación gráfica, se observa que de acuerdo a los resultados obtenidos el 75% de la muestra representativa refiere que tiene conocimiento de los requerimientos mínimos para emprender un negocio, el resto 25% opina que no. Cabe destacar, que para emprender un negocio y conformar una organización, se requiere conocer todo lo relativo al buen desarrollo de la idea y una planificación coherente y realista que contenga entre otras cosas, materiales, local, financiación, trabajadores, socios...para empezar a plantear el proyecto como un futuro negocio y a partir de ahí, empezar a cumplir los requisitos para crear una empresa y convertirlo en algo real. Ideatrabajo.com.

Pregunta N°3. ¿Conoce usted si la empresa tiene planteados sus objetivos empresariales?

Tabla N°3

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	4	20%
NO	16	80%
Totales	20	100%



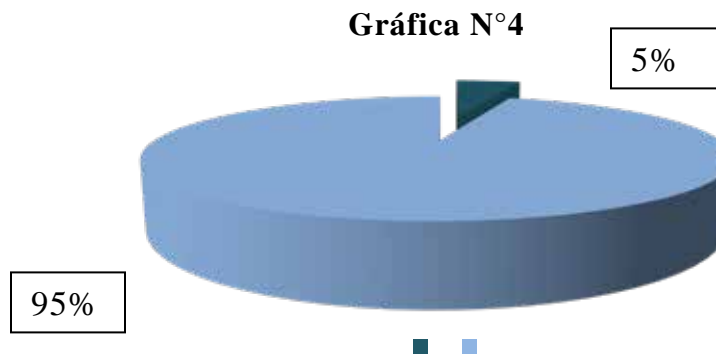
Análisis

La gráfica que se presenta a continuación, arroja de acuerdo a los resultados obtenidos que el 80% de la muestra representativa desconoce si la empresa tiene planteados sus objetivos empresariales, el resto correspondiente a un 20% opina que sí. En este punto es importante señalar que los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma. Crecenegocios.com (2014).

Pregunta N°4. ¿Tiene establecida la empresa una Misión clara y específica?

Tabla N°4

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	1	5%
NO	19	95%
Totales	20	100%



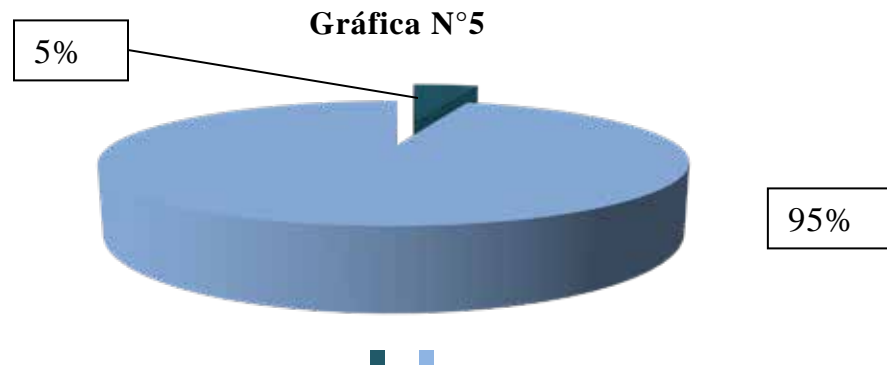
Análisis

En la gráfica que se observa a continuación, el 95% de la muestra opina que no tienen establecida una misión clara y específica el resto, correspondiente al 5% opina que sí la hay pero la desconoce. A propósito, la declaración de la misión de una empresa es esencialmente su exposición de motivos, la cual sirve como una guía para todos los que toman decisiones en la empresa. Los accionistas, los líderes y los empleados son, por lo general, el objetivo de la misión. Éste debe ayudar a los trabajadores dentro de la organización para saber qué decisiones y tareas se alinean mejor con la misión de la empresa. Una declaración de misión ofrece una visión de lo que los líderes de la empresa ven como el objetivo principal para estar en el negocio. Pereira (2017)

Pregunta N°5. ¿Tiene establecida la empresa una Visión clara y específica?

Tabla N°5

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	1	5%
NO	19	95%
Totales	20	100%



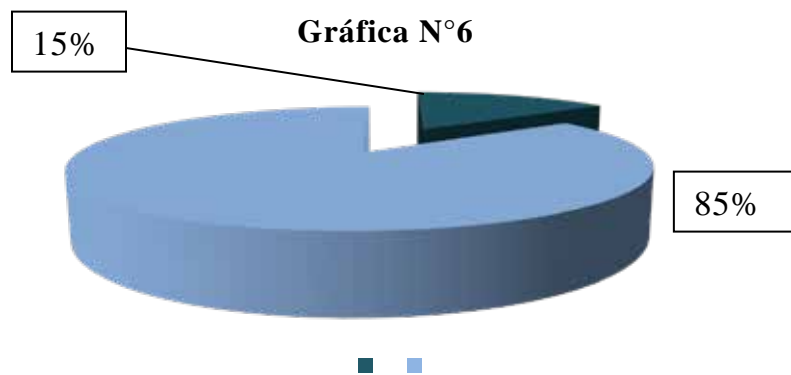
Análisis

En la gráfica que se observa a continuación, el 95% de la muestra opina que no tienen establecida una visión clara y específica de la empresa. El resto, correspondiente al 5% opina que sí la hay pero la desconoce. Cabe señalar que Las declaraciones de visión a veces se confunden o se utilizan como sinónimos con las declaraciones de misión. Sin embargo, las declaraciones de visión deben ofrecer más que una dirección y deben incluir la perspectiva de los valores corporativos. Una visión podría proporcionar una dirección para la compañía durante los próximos cinco a 10 años, advirtiendo también un compromiso con la integridad, la transparencia, la apertura y otros valores.

Pregunta N°6. ¿Está usted en conocimiento de todas las Normas Legales que debe cumplir la empresa?

Tabla N°6

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	3	15%
NO	17	85%
Totales	20	100%



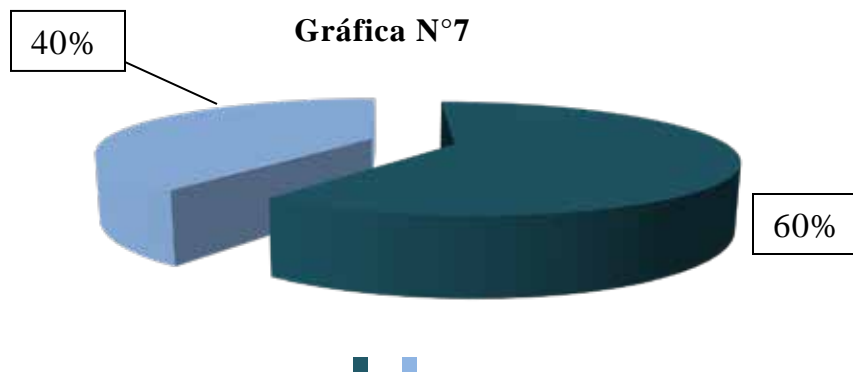
Análisis

La siguiente gráfica, arroja en los resultados obtenidos un alto porcentaje, 85% al referir que no están en conocimiento de todas las normas legales que debe cumplir la empresa, el resto de la muestra que fue una minoría, 15%, respondió que sí. A propósito, la normativa jurídica es indispensable para la implementación de buenas prácticas. La misma se encarga de regular, a través de normas, la conducta humana. Es dictada por alguna autoridad que establece el deber ser en torno a la justicia y determina sanciones en caso de que las normas establecidas no se cumplan. Vargas (2014)

Pregunta N°7. ¿Se siente parte de la empresa?

Tabla N°7

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	12	60%
NO	8	40%
Totales	20	100%



Análisis

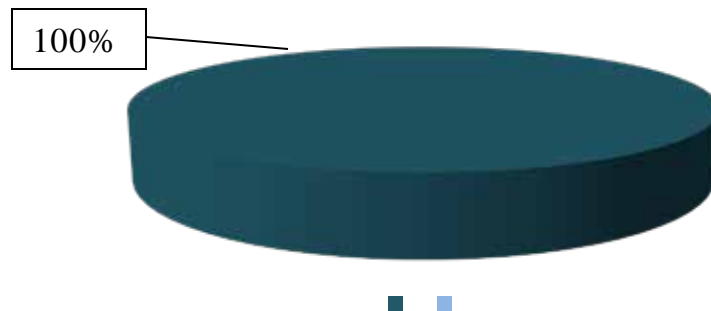
Como se observa en la presente gráfica, de acuerdo a los resultados obtenidos, el 60% de la muestra refiere que se siente parte de la empresa, no obstante, el resto opina que no es así. En este sentido, las empresas que enarbolan el “sentido de pertenencia” como un valor organizacional deben estar conscientes de que, cual un conjunto de acciones, están dividiendo el valor de la empresa en tantas unidades como empleados posea; si los colaboradores sienten a la empresa como suya procurarán lo mejor para ella pues difícilmente se “muerde a la mano que nos da de comer”. Márquez (2010).

Pregunta N°8. ¿Desearía conocer aspectos innovadores en la gestión empresarial que permitan aumentar la productividad?

Tabla N°8

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	20	100%
NO	0	0%
Totales	20	100%

Gráfica N°8



Análisis

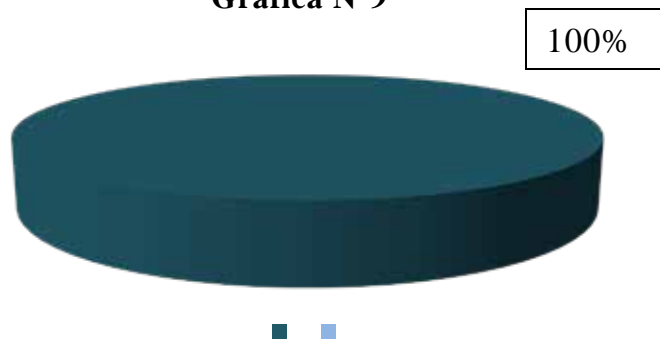
Como se evidencia en la presente gráfica, el 100% de la muestra manifiesta que desearía conocer aspectos innovadores en la gestión empresarial que permitan aumentar la productividad. Las empresas deben asumir que la innovación afecta a todas sus áreas funcionales, desde la del diseño y el desarrollo de bienes y servicios, la comunicación y el marketing, hasta la internacionalización, los recursos humanos, los procesos o la gestión empresarial. la innovación se puede considerar como la aplicación comercial de una idea de forma que se originen productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, permitiendo generar beneficios empresariales. Ceeicr.es

Pregunta N°9. ¿Piensa usted que optimizar la gestión de la empresa aumentaría la efectividad de ésta?

Tabla N°9

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	20	100%
NO	0	0%
Totales	20	100%

Gráfica N°9



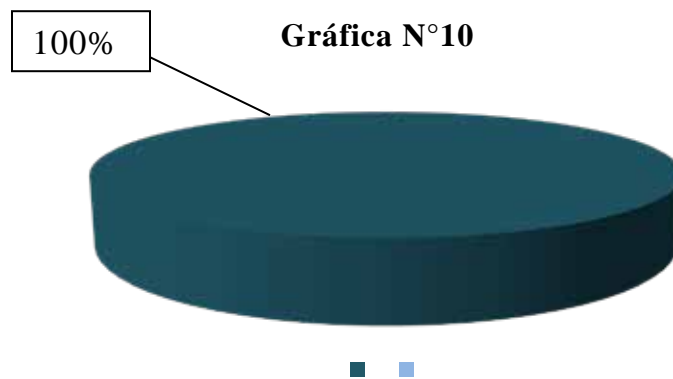
Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, en esta gráfica la muestra representativa sostiene de forma unánime que ciertamente optimizar la gestión de la empresa aumentaría la efectividad de ésta. Cabe destacar que la optimización de procesos está orientado en ayudar a la empresa a rediseñar sus procesos de negocio con el objetivo de reducir costos y mejorar la eficiencia, obteniendo así el mayor beneficio posible usando las herramientas de mejora adecuada, cuyo uso es fundamental para lograr resultados efectivos. Menéndez (2016)

Pregunta N°10. ¿Estaría dispuesto a recibir orientaciones con respecto a los aspectos a mejorar dentro de la empresa?

Tabla N°10

Alternativa	N° Personas	Porcentaje (%)
SI	20	100%
NO	0	0%
Totales	20	100%



Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, la presente gráfica demuestra que en un 100% los integrantes de la muestra representativa estarían de acuerdo en recibir orientaciones acerca de los aspectos a mejorar dentro de la empresa, lo cual indica que cumplir con los objetivos propuestos conlleva a optimizar en gran parte la gestión de la empresa El Pinar ubicada en el estado Yaracuy. Por consiguiente, la gestión dentro del mundo empresarial supone una herramienta fundamental para el desarrollo económico, ya no sólo de las propias empresas que implementan sus sistemas de gestión, sino también para su sector de actividad o su país. Bañeras (2014)

4.2 Fase II. Identificar los factores internos y externos que afectan la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

Para cumplir con esta fase metodológica, es necesario desarrollar una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa El Pinar.

<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Crecimiento dinámico del Mercado F2: Adquisición de nuevas tecnologías F3: Buen ambiente laboral F4: Buena calidad del producto final F5: Proactividad en la gestión F6: Buenas referencias de la empresa por parte de los clientes a terceros. F7: Precios competitivos F8: Calidad en los productos</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Mercado mal atendido O2: Necesidad del producto O3: Tendencias favorables en el mercado con una mejor organización O4: Planeación estratégica</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Inexistencia de Misión solida D2: Inexistencia de Visión solida D3: Reactividad en la gestión D4: Incapacidad para errores D5: Falta de motivación de los recursos humanos. D6: Falta de afianzamiento de valores en los miembros.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Inestabilidad Política A2: Falta de mano de obra calificada A3: Excesivo número de competidores A4: Alta inflación A5: Tendencias desfavorables en el mercado</p>

Análisis

Como se puede observar en la presente matriz FODA, como toda Pymes, la empresa El Pinar cuenta con sus respectivas fortalezas, dentro de las que se destacan como más significativas el crecimiento dinámico en el mercado por el tipo de producto con el cual trabaja, lo cual le permite buenas referencias de la empresa por parte de los clientes a terceros, precios competitivos entre otros.

Asimismo, dentro de los aspectos que se observan en las oportunidades se puede evidenciar que está en la capacidad de plantearse una planeación estratégica que fortalezca aspectos como un mercado mal atendido o mal orientado que favorezca su posición en el mercado competitivo. Por otra parte, estas oportunidades deben atender y tomar en cuenta las debilidades plasmadas como inexistencia de misión, visión, valores, gestión activa a fin de subsanar las amenazas presentes.

Por consiguiente, tomando en consideración los aspectos mencionados se sugiere desarrollar una propuesta mediante estrategias que instauren en la empresa El Pinar un norte, el cual debe contener una misión, visión y valores que deben ser aprehendidos por todo el personal a fin de concretar hacia dónde se dirige la mencionada empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo, además de servir para ser fuente de inspiración y motivación, dándole mayor identidad a la empresa, y permitiéndole informar a todos sus miembros qué es lo que debe hacer la empresa y lo que la diferenciaría de las demás.

4.3 Fase III. Diseñar un plan estratégico para optimizar la gestión de la Empresa El Pinar ubicada en el Estado Yaracuy.

4.3.1 Descripción de la Propuesta:

Esta tiene como objetivo fundamental elaborar estrategias que faciliten la gestión de la empresa El Pinar a fin de aportar ideas que permiten proyectar el trabajo hacia un futuro mayormente exitoso y aumentar su desarrollo en el mercado haciéndola más competitiva.

En tal sentido, se diseñó un plan estratégico a través del cual se podrá orientar a la creación de la misión, visión y valores de la misma.

4.3.2 Objetivos de la Propuesta:

Elaborar un plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa El Pinar, ubicada en el estado Yaracuy.

4.3.2.2 Objetivos Específicos:

1. Establecer una reunión principal con la alta gerencia para definir la Filosofía de la Empresa El Pinar, Ubicada en el estado Yaracuy.
2. Potenciar la Comunicación en la Empresa El Pinar, Ubicada en el estado Yaracuy.
- 3.

, Ubicada en el estado Yaracuy.

4.3.3 Justificación de la propuesta:

El desarrollo de esta propuesta se justifica debido a la necesidad que posee la empresa El Pinar, de elaborar estrategias que permita proyectar el trabajo mediante la creación de la misión, visión y valores partiendo de lo analizado en cuanto a sus oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas de la misma, buscando de esta manera su crecimiento dentro del mercado.

Al respecto, las estrategias aquí definidas servirán para optimizar la gestión permite a la empresa modernizar sus procesos, estandarizar las actividades, obtener una mayor transparencia y mejorar el cumplimiento, teniendo como foco la mejora continua.

4.4 Estudio de la Factibilidad de la Propuesta:

En el presente trabajo de grado titulado “Plan estratégico para optimizar la gestión de la empresa El Pinar, ubicada en el estado Yaracuy” se utilizaron los siguientes recursos:

Recursos Humanos

Soto (2003) indica que la factibilidad operativa “Se refiere a todos aquellos humanos que participaron durante la operación del proyecto.” (p.25).

Este aspecto se trabajó con las 20 personas que conforman la Pymes Empresa El Pinar, donde se incluye tanto el personal directivo, administrativo y obrero ya que es a través de ellos que se conoce de las necesidades, fortalezas y debilidades que presenta a la misma en relación a la gestión empresarial.

Además, como personal humano, se incluyen tanto las investigadoras como los profesores de la UJAP que han orientado a las mismas en la realización del estudio.

Recursos Institucionales

Como principal ente institucional, está la propia empresa El Pinar de la cual se revisó la organización y los procedimientos que utilizan para llevar a cabo las actividades laborales y administrativas y la UJAP como recurso de soporte a la presente investigación.

Recursos Materiales

De acuerdo a Soto (2003) el análisis de la factibilidad “Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades,

experiencia, entre otros, que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiera el proyecto.” (p.25). Se utilizaron computadores para transcribir y guardar la información del presente proyecto, además de consultar la parte documental y los antecedentes que complementan la información del presente estudio.

Recursos Financieros

Soto (2003) indica que la factibilidad económica “Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.” (p.26). Por ende la inversión que se requiere para la implementación de los recursos técnicos fue de (2) resmas de papel Bs. 23500 c/u, tinta negra para impresora Bs. 30.000 (1), tinta de color para impresora Bs 45.000 c/u (2).

Tiempo

ACTIVIDADES	TIEMPO					
	FEB 2017	MAR 2017	ABR 2017	MAR 2017	JUN 2017	TOTAL EN SEM
Planificación del estudio	X	X	X			3
Diagnóstico		X	X	X		3
Diseño y Aplicación del instrumento			X	X		2
Recolección de los datos		X	X	X		3
Análisis e interpretación de los datos recabados			X	X		2
Redacción del Informe Final				X	X	2
Defensa					X	1
Total						16

Fuente: De Freitas, Pérez, 2017

De lo expuesto anteriormente se puede indicar que el proyecto es técnicamente, factible porque los recursos requeridos para su ejecución son de fácil adquisición para la empresa, a su vez operativamente factible.

4.5 Desarrollo de la Propuesta

A continuación, después de haber analizado los resultados establecidos, se le dará la prioridad a la creación de la misión, visión y valores de la empresa .El Pinar con el fin de optimizar el desarrollo de las actividades y así lograr su crecimiento.

Objetivo N°1	Establecer una reunión principal con la alta gerencia para definir la Filosofía de la Empresa El Pinar, Ubicada en el estado Yaracuy.
Acciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una reunión principal con la alta gerencia para definir los ideales de la empresa, es decir, cómo se quieren ver. 2. Contactar y sugerir un especialista en identidad corporativa externo. 3. Establecer sesiones con los Directivos con el fin de crear la misión, visión y valores de la organización. 4. Una vez creada la misión, visión y los valores se debe hacer visible, publicándose en áreas comunes, es decir, en los pasillos, oficinas o entrada de la empresa. 5. Una vez que se ha hecho visible se deben colocar mensajes referentes a la misión, visión y valores donde el trabajador se pueda identificar cada vez más con la organización.
Indicadores	Metas, Estrategias, Formación, Expansión, Competitividad
Fecha	Febrero 2017 hasta junio 2017

Fuente: De Freitas, Pérez, 2017

Objetivo N°2	Potenciar la Comunicación Interna de la Empresa El Pinar, Ubicada en el estado Yaracuy.
Acciones	<p>1. Ampliar los canales de comunicación haciendo uso de afiches informativos, que conlleven:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Ser precisos en la información que se quiere dar, con respecto a las actividades de la empresa. · Ser llamativos para el lector. · Reconocer al trabajador y la importancia de su trabajo. <p>Realizar equipos de trabajos para dar a conocer los planes a futuros, cambios a realizar o cualquier información que la empresa desee dar con el fin de que el trabajador se integre más con la empresa.</p>
Indicadores	Sentido de Pertenencia, Expectativas, Aumento de Productividad
Fecha	Febrero 2017 hasta junio 2017

Fuente: De Freitas, Pérez, 2017

3. Objetivo N°3	Desarrollar Jornadas de Inducción para dar a conocer la Filosofía de Gestión de la Empresa El Pinar, Ubicada en el estado Yaracuy.
4. Acciones	<ul style="list-style-type: none"> · Realizar una reunión con el personal informando sobre la filosofía de la empresa en cuanto a la Misión, Visión y Valores. · Colocar carteles informativos fomentando los valores de la empresa. · Establecer reuniones periódicas (cada 15 días) para revisar avances en cuanto a filosofía de la empresa a fines de asegurar su cumplimiento.
5. Indicadores	Desempeño, Eficacia, Eficiencia, Estructura
6. Fecha	Febrero 2017 hasta junio 2017

Fuente: De Freitas, Pérez, 2017

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que indudablemente, optimizar la gestión permite a la empresa El Pinar modernizar sus procesos, estandarizar las actividades, obtener una mayor transparencia y mejorar el cumplimiento, teniendo como foco la mejora continua.

El personal tanto directivo como los trabajadores, deben estar en continuo conocimiento de los beneficios que pueden ofrecer a la empresa y los que la empresa está en el deber de otorgarles, de esta manera, el empleado sentirá mayor motivación hacia el trabajo y le permitirá aumentar el sentido de pertenencia hacia la empresa lo cual es sumamente importante.

Teniendo el conocimiento de cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta en la actualidad, resulta más fácil establecer estrategias objetivas que permitan el avance de la misma en cuanto a la gestión ya que ayuda a evaluar los problemas dentro y fuera de la empresa y determinar las estrategias.

Asimismo, las organizaciones como la empresa El Pinar que quieran perdurar en el tiempo generando éxitos en forma constante, deben tener ciertos parámetros fijos, y a la vez, estar dispuestas a modificar distintos aspectos según lo amerite el mercado o los avances tecnológicos en la que la misión y visión que se planteen pueden variar.

Recomendaciones

Es muy importante hacer conocer la misión, visión, valores y estrategias a cada uno de los trabajadores de la empresa El Pinar, cualquiera que sea el nivel, con el propósito de crear un compromiso en cada uno de ellos y aumentar el sentido de pertenencia en estos, ya que siguiendo las normas de una identidad y una seguridad aumentará el valor de cada persona dentro de la empresa.

La participación de todos es un punto clave para conseguir el compromiso con los cambios que se requieren, ya que la planificación de las estrategias es tan importante en el proceso que tanto los directivos como los trabajadores se comprometen a brindar su apoyo a la organización.

Enfocarse en la educación de los trabajadores con respecto a la misión, visión y valores es importante para la empresa El Pinar, ya que los resultados se deben ver reflejados en un manejo más eficiente de recursos para generar recursos de mayor calidad.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, Erick. (2010) “Mejora de la Gestión de Inventario para el almacén de la dirección de servicios generales de una universidad privada”
Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Arias, (2012) El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. 6ta Edición. Editorial Episteme. Caracas. Venezuela. Disponible <https://metodologiaecs.wordpress.com/2014/07/30/el-proyecto-de-investigacion-de-fidias-arias-6ta-ed-2012-en-linea-y-pdf/>
- Barreiros, Adriana. (2012) Planificación Estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa Kawa Motors. Universidad Central del Ecuador”, Quito. Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/176/3/T-UCE-0003-2.pdf>
- Bavaresco, Aura. (2006) Proceso Metodológico en la Investigación: Cómo hacer un diseño de investigación. 5ª. Edición. EDILUZ. Maracaibo. Disponible <http://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=10982>
- Carreto, Julio. (2008) ¿Qué es estrategia? Disponible en <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/qu-es-estrategia.html>
- Castro, Fernando. (2006). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª.ed.). Caracas: Uyapal. Documento en línea disponible en <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453
- Díaz, Pereira. (2013) “Diseño de un sistema de gestión empresarial adaptado a las Pymes del sector textil cuya producción se basa en el tisaje de tejidos para el hogar” Universidad Politécnica de Valencia, España.
- González, Alejandro. (2012) Capacitación y Desarrollo del personal. Disponible en <http://planificacion-d-t-h.blogspot.com/>
- González, Alejandro. (2015) Análisis FODA: conoces realmente sus beneficios para tu empresa o marcas. <http://magentaig.com/analisis-foda-conoces-realmente-sus-beneficios-para-tu-empresa-o-marcas/>
- Hernández, Fernández y Baptista (2003). Metodología de Investigación. 5ta Edición. Mc Graw Hill Editores. Documento en línea disponible en <https://metodologiaecs.wordpress.com/2015/03/02/libro-metodologia-de-la-investigacion-2010-5ta-ed-sampieri-online/>
- Hernández, Jean. (2013) Modelo de Gestión Empresarial según nuevas tendencias: intangibles y calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela Universidad de Córdoba, España. Disponible en <http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1>
- Morrisey, George. 'Pensamiento estratégico'. Ed. Prentice Hall. México. 1997
- Palella, Santa. y Martins Feliberto. (2010) Metodología de Investigación Cuantitativa. FEDUPEL, Caracas. Documento en línea disponible en http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tip-os-y-diseno-de-la-investigacion_21.html

- Pirraglia, William. (2016) Por qué la Planificación estratégica es importante para una empresa. <http://pyme.lavoztx.com/por-qu-es-la-planificacin-estratgica-es-importante-para-una-empresa-4776.html> (IMPORTANTE)
- Polanco, (2012) Planificación y Desarrollo del Talento Humano. Capítulo I.
- Sabino,(2007) El Proceso de Investigación. Ed. Panamericana. 216 págs. Bogotá. https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf
- Thompson, Ivan. (2012) ¿Qué es gestión de Empresa? Disponible en <http://www.gestiondeempresas.com/notas/que-es-gestion-de-empresas.html>
- Tito, Puentes. (2003) Importancia del Planeamiento Estratégico para el desarrollo organizacional. Documento en línea disponible en http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n10/importancia.htm
- S/A Gestión. <http://definicion.de/gestion/>
- S/A (2014) Los objetivos de una empresa. <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- S/A Requisitos para crear una Empresa. Documento en línea disponible en <http://www.ideatrabajo.com/venezuela/autoempleo/crea-tu-empresa/requisitos-para-crear-una-empresa/>
- Silva, Arelis y Sevilla Ghiorgina. (2013) Propuesta de un Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa Sisalma Sistemas Integrales C.A. Universidad José Antonio Páez, estado Carabobo, Venezuela. Documento en línea disponible en

<https://bibliovirtualujap.files.wordpress.com/2013/05/teg-arelys-silva-y-ghiorgina-sevilla.pdf>

Vanegas, Salvador. (2013) Planificación Estratégica. Disponible http://www.quality-consultant.com/gerentica/aportes/aporte_001.htm#_Toc532229551

ANEXOS



ANEXO “A”

ENCUESTA

Responda (SI) o (NO) según su opinión personal

	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Tiene usted claro cuáles son las necesidades que tiene la empresa?		
2	¿Tiene conocimiento de cuáles son los requerimientos mínimos para emprender un negocio?		
3	¿Conoce usted si la empresa tiene planteados sus objetivos empresariales?		
4	¿Tiene establecida la empresa una misión clara y específica?		
5	¿Tiene establecida la empresa una visión clara y específica?		
6	¿Está usted en conocimiento de todas las normas legales que debe cumplir la empresa?		
7	¿Se siente parte de la empresa?		
8	¿Desearía conocer aspectos innovadores para la empresa que permitan aumentar la productividad?		
9	¿Piensa usted que optimizar la gestión de la empresa aumentaría la efectividad de ésta?		
10	¿Estaría dispuesto a recibir orientaciones con respecto a los aspectos a mejorar dentro de la empresa?		

Fuente: De Freitas, Pérez (2016)

LA EMPRESA

