



**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL
MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA
NANOS SPORT, C.A UBICADO EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO**

Autor(es)

Nancy Huanaco Zuñiga

Valeria Reyes Barrios

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

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

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE MERCADEO

CARRERA MERCADEO

**PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTION
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA NANOS SPORT, C.A. UBICADA
EN VALENCIA ESTADO CARABOBO.**

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Licenciados en Mercadeo

Autor(a): Nancy Huanaco Zuñiga

Valeria Reyes Barrios

Tutor(a): Blanca Zenaida Vielma Barrios



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

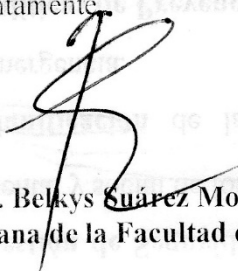
ACTA N° 00098-1-2018
San Diego, 27 de Julio del 2018.

Ciudadanas
Nancy Huanaco Zuñiga
C.I. E-84.558.433
Valeria Stefania Reyes Barrios
C.I.26.116.288

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado: **“Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A ubicada en Valencia Estado Carabobo”** como requisito para optar al título de Licenciado en Mercadeo.

Sin otro particular, se suscribe de usted,

Atentamente


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



“Se Aprueba Proyecto (Anexo L) sin revisión Metodologica”.

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Blanca Zenaida Vielma Barrios, portador(a) de la cédula de identidad N° V-5.465.420, en mi carácter de tutor del **trabajo de grado** presentado por el (la) ciudadano(a) Nancy Huanaco Zuñiga, portador(a) de la cédula de identidad N° E-84.558.433 Y Valeria Reyes Barrios, portador (a) de la cedula de identidad N° V-26.116.288, titulado Plan Estratégico para el Mejoramiento de la Gestión Organizacional de la Empresa NANOS SPORT, C.A. ubicada en Valencia Estado Carabobo, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Mercadeo considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

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



Blanca Zenaida Vielma Barrios
N° V-5.465.042

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

	Pp
LISTA DE CUADROS	viii
LISTA DE TABLAS	xi
LISTA DE GRÁFICOS	x
RESUMEN INFORMATIVO	xi
INTRODUCCION	12
I EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Formulación del Problema	16
1.3 Objetivos de la Investigación	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 Justificación de la Investigación	16
II MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la Investigación	18
2.2 Bases Teóricas	22
2.2.1 El Mercadeo o Mercadotecnia	22
2.2.2 Gestión Organizacional	22
2.2.3 Plan Estratégico	23
2.2.4 Estrategia	25
2.2.5 Tipos de Planes	25
2.3 Definición de Términos	26
III MARCO METODOLOGICO	
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.	28

3.2 Fases metodológicas.	29
3.2.1 Fase I: Diagnostico de la situación actual de la empresa NANOS SPORT, C.A.	29
3.2.2 Fase II: Identificación de factores internos y externos que afectan el Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.	31
3.2.3 Fase III: Diseño del plan estratégico para el mejoramiento de la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT,C.A.	31
VI RESULTADOS	
4.1 Fase I: Diagnóstico de la situación actual de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.	32
4.2 Fase II: Identificación de los factores internos y externos que afectan la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT C.A mediante la matriz PCI y PCE para evaluar el mejoramiento continuo.	44
4.2.1 Realización de la matriz POAM y el impacto que permitirá diagnosticar y evaluar de manera sistemática de las debilidades y fortalezas internas y las oportunidades y amenazas externas.	45
4.2.2 Realización de la matriz DOFA para evaluar el resultado final de las matrices anteriores de acuerdo con el impacto interno y externo que genera la empresa NANOS SPORT, C.A.	47
4.3 Fase III: Diseñar plan estratégico para el mejoramiento del Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.	48
V PROPUESTA	
5.1 Justificación de la Propuesta.	49
5.2 Beneficios de la Propuesta.	49
5.3 Objetivos de la Propuesta.	50
5.4 Factibilidad de la Propuesta.	50
5.5 Desarrollo de la Propuesta.	52
5.5.1 Parámetros que regirán la gestión organizacional.	52
5.5.2 Principios Corporativos.	55

5.5.3 Diseño del Plan de Acción.	60
Conclusiones.	62
Recomendaciones	64
REFERENCIAS	
Impresa	65
Electrónica	66
ANEXOS	
A. Entrevista a los Empleados	67
B. Cuestionario a Clientes Potenciales	68

LISTA DE CUADROS

CUADRO	CONTENIDO	Pag.
1	Análisis DOFA	47
2	Factibilidad Económica	52
3	Estrategia crear una ideología	60
4	Estrategia cultural de los principios corporativos	61
5	Estrategia promover el alcance a la eficiencia	61

LISTA DE TABLAS

TABLAS	CONTENIDO	Pag.
1	Le gusta el producto	36
2	Qué imagen tiene de nuestro producto	37
3	Medio de Publicidad para Obtener Mayor Información de la Empresa.	38
4	Criterios para Comprar	39
5	Énfasis con respecto al Producto	40
6	Proceso de Comunicación	41
7	Recomendaría la empresa	42
8	Perfil de Capacidad Interna	44
9	Perfil de Oportunidades y Amenazas	45

LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICOS	CONTENIDO	Pag.
1	Le gusta el producto	36
2	Qué Imagen tiene de Nuestra Empresa	37
3	Medio de Publicidad para Obtener Mayor Información de la Empresa	38
4	Criterios para Comprar	39
5	Énfasis con respecto al Producto	40
6	Proceso de Comunicación	41
7	Recomendaría la empresa	42
8	Estructura del Organigrama	58



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

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA NANOS SPORT, C.A.

Autor (es): Huanaco Zuñiga Nancy y Reyes Barrios Valeria

Tutor (a): Blanca Zenaida Vielma Barrios

Fecha: febrero 2018

RESUMEN INFORMATIVO

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Proponer un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de empresas para impulsar el desenvolvimiento de la misma la cual se encuentra ubicada en Valencia, estado Carabobo, donde se encontró enmarcada dentro de las investigaciones de campo, bajo la modalidad de proyecto factible. Para la realización de la investigación se procede a llevar a cabo las siguientes fases: Fase I: se realizó un diagnóstico de la situación actual, en el desenvuelve la gestión organizacional, En la Fase II: se procede a la identificación de factores internos y externos que afectan la gestión organizacional de la empresa. En la Fase III: se determina las estrategias para el diseño del plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa. Finalmente, se hace referencia a la propuesta para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa para diagnosticar la situación actual realizando una entrevista a diez empleados y cuestionario a diez clientes potenciales de la misma para obtener los resultados deseados y así diseñar el plan de acción sugerido.

Descriptor: Plan estratégico, desarrollo organizacional, estructura, propuesta, gestión, dirección.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa pequeña, mediana o grande debe regirse por una serie de actividades que le permitirán a la misma llevar una planificación, organización, dirección y control de la misma, desde el punto de vista humano, financieros, tecnológicos, entre otros, que se enmarcan en la actividad de una empresa, con el fin de obtener el máximo beneficio posible.

El presente informe tiene como finalidad dar a conocer los resultados del estudio realizado. Es una empresa pequeña, por lo cual, sus esfuerzos solo han sido dirigidos netamente a la comercialización. Con el crecimiento que ha tenido la empresa NANOS SPORT, C.A ha surgido la necesidad de diseñar un plan estratégico para el mejoramiento de la estructura organizacional que permita mayor eficacia en los procesos administrativos y operativos de la empresa. Que se encuentra en vías de ampliar su mercado, por lo que necesita una mejora en el rendimiento del capital humano. Donde la propuesta está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I:El Problema, este capítulo incluye el planteamiento del problema, en el cual describe la situación de la investigación desde una perspectiva muy general; la formulación del problema, que se plantea en forma de interrogante definiendo la esencia del contenido de la investigación; igualmente se comenta sobre el objetivo general y objetivos específicos a ser alcanzados en este proyecto y por último la justificación de la investigación, mediante la cual se establecen las razones del por qué se propone la resolución del problema planteado.

Capítulo II: Constituido por el Marco Teórico, con diferentes apoyos documentales de investigaciones anteriores relacionadas con los temas que se tratan en la presente investigación, sirviendo de soporte informativo para que con

los mismos se pueda dar una mayor y mejor visión sobre todos los puntos concernientes en la materia de la propuesta estudio de esta investigación; las bases teóricas que sustentan la investigación y los términos básicos para una mayor comprensión de la lectura.

Capítulo III: Está conformado por el Marco Metodológico, aquí se detalla la naturaleza de la investigación, así como toda la metodología utilizada para la recopilación de datos necesarios para la investigación, también se presenta el desarrollo de cada una de las fases metodológicas.

Capítulo IV: Resultados hace referencia al análisis, indica cuáles fueron los resultados obtenidos y que darán fundamento a la propuesta, que está comprendida por las estrategias para el Mejoramiento de la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Capítulo V: Se presenta la Propuesta del Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A ubicada en Estado Carabobo, conformada por los siguientes elementos: Presentación, justificación, beneficios, objetivos, factibilidad, y el plan de acción estratégico elaborado.

Finalmente se exponen el material de referencia y los anexos (Instrumento de recolección de datos).

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La planificación estratégica en las empresas es tan necesaria como el capital humano que se encuentra laborando en ellas, por lo tanto para que las empresas y sus empleados logren sus objetivos, necesitan programar e implementar estrategias de marketing interno, como personalidad empresarial y cultura organizacional para poder realizar la toma de decisiones, desde el punto de vista organizacional más adaptado a cada empresa, de acuerdo al producto o servicio dirigido a su público específico.

Se toma el caso de estudio de la empresa NANOS SPORT, C.A. la cual se dedica a la confección de ropa deportiva según conversaciones con el dueño de la empresa destaca la necesidad de realizar un proceso de transformación y la división de distintos puestos de trabajo, debido a que no cumplen con los roles asignados a los empleados, sucede debido a que no cuenta con profesionales en las áreas administrativas, los empleados no tienen un cargo fijo, no cuenta con organigrama de donde puedan guiarse para cumplir con las obligaciones laborales de manera eficiente, durante el tiempo en el mercado la empresa solo se ha dedicado solo a producir.

Debido a esto la empresa no desarrolla las actividades eficientemente por que se encuentran confusiones en los roles, sin embargo se desea implementar un plan estratégico para el desempeño y su proyección en el mercado, teniendo en cuenta que esta presenta carencias en la organización, específicamente en los aspectos de gestión organizacional, carece de un plan estratégico, no se plantea una estructura organizacional, no hay un diseño e implementación de estrategias y

tan poco se observan planes que mejoren su competitividad o que faciliten la ejecución de los objetivos y metas relacionados con el crecimiento empresarial.

En tal sentido de seguir este panorama en la empresa es altamente probable que NANOS SPORT, C.A. no pueda crecer al ritmo esperado y que le resulte complejo llevar a cabo nuevas inversiones y la expansión de mercado. así mismo se puede esperar un estancamiento en los procesos de producción y cumplimiento de los roles, que a su vez afectaría las utilidades al final del periodo, las cuales podría llegar a niveles críticos, propios de un nuevo escenario, donde la empresa perderá rápidamente oportunidades de expansión y vigencia en el mercado.

Es importante acotar que existen dos lineamientos fundamentales que marcan el camino hacia el éxito o hacia el fracaso empresarial, ellos son la organización y los procedimientos administrativos que determinan el orden interno para el logro de una operatividad eficiente, por lo que requiere analizar los problemas estructurales y los procedimientos de la empresa a fin de optimizar la estructura administrativa para el logro de las actividades establecidas.

Así mismo es proponer un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional, diseñar la estructura organizacional, podemos jerarquizar los diferentes cargos, establecer las obligaciones laborales del personal y un lenguaje lo suficiente preciso, de esta manera tendrá beneficios que se traducen en el aumento de productividad, organización y satisfacción de los clientes, reducción de costos y expansión de mercado.

Partiendo de lo antes mencionado, la investigación tiene como propósito la orientación de un mejor enfoque que se actualicen con herramientas laborales como manuales de normas y procedimientos, descripciones de cargos entre otras para la empresa NANOS SPORT, C.A que actualmente se encuentra sin ningún tipo de organización empresarial, (dirección estratégica) trayendo como consecuencia que los involucrados, bien sean empleados y colaboradores, estén involucrados con la dirección estratégica de la empresa.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo ayudaría la gestión organizacional en la empresa NANOS SPORT, C.A, ubicada en Valencia Estado Carabobo?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Proponer plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A, ubicada en Valencia Estado Carabobo.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la situación actual de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.
- Identificar los factores internos y externos que afectan la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.
- Diseñar plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

1.4 Justificación de la investigación

Actualmente, la planificación estratégica, sin duda constituye una valiosa herramienta gerencial que facilita la toma de decisiones en un entorno dinámico, cambiante e inestable. Por ello, debe ser el timón que guíe el curso a seguir de cualquier organización por un determinado período de tiempo. Mientras mejor sea el conocimiento que se tenga del ambiente interno y externo que rodea a la organización, mejores serán las decisiones que se toman. Por consiguiente, la empresa NANOS SPOT, C.A necesita adaptarse a los nuevos cambios sociales, económicos, culturales y políticos que se están produciendo, cambios relacionados con la incorporación de procesos más eficaces para el desarrollo de actividades, la rendición de cuentas a la sociedad y las nuevas demandas sociales

y económicas las cuales dan lugar a una serie de retos con perspectiva hacia el futuro que se deben afrontar

Finalmente, la empresa NANOS SPORT, C.A, se beneficiará directamente con los resultados y conclusiones que se obtengan a lo largo de la investigación, con ellos tendrá la oportunidad de ser más rentable y con altos rendimientos que reflejan una orientación más estratégica y enfoque a largo plazo, así como un mayor entendimiento de las amenazas externas y de las estrategias de los competidores, un incremento en la productividad de los empleados y un entendimiento más claro de la relación existente entre el desempeño y los resultados.

Así mismo, la necesidad de proponer un plan estratégico organizacional como mecanismo de gestión para el fortalecimiento de la empresa NANOS SPORT, C.A, incidirá en la optimización del proceso de gestión, ya que mediante su desarrollo se podrán establecer los lineamientos a seguir en cuanto al proceso de comunicación con su público interno que repercutirá en una opinión pública favorable, requerida para el logro de los objetivos y en beneficio de la organización; el propósito de generar empleo ofreciendo nuevos productos en el mercado en ropa deportiva.

Por lo tanto, generará beneficios expresados en el fortalecimiento de la comunicación interna aplicada para la consecución de los objetivos, el control de la gestión, la satisfacción y la respuesta a los clientes internos en forma oportuna y eficiente para el beneficio de toda la empresa y mantener un nivel de satisfacción y equilibrio interno.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Al desarrollar un trabajo de investigación siempre se debe conocer trabajos relacionados con el mismo. Para fundamentar el presente estudio se han seleccionado, revisado y analizado varios trabajos de investigación, considerando que los mismos constituyen piezas necesarias con la temática del presente trabajo a desarrollar, Esto sirve de base y conocimiento para desarrollar de forma objetiva enfocada hacia la realidad, lo cual lo hace un proyecto factible de la investigación.

Yepez y Ruiz (2017), presento trabajo de grado titulado **Estrategia promocionales para incrementar posicionamiento de la firma personal Evana Arts Boutique en san diego Estado Carabobo** en la Universidad José Antonio Páez para optar por el título de Licenciado en Mercadeo, cuyo adjetivo general es proponer Estrategia promocionales para incrementar posicionamiento con la finalidad de captar y posicionarse en el mercado.

El autor concluyo que la firma personal Evana Arts Boutique debe realizar programas de promoción, informar, persuadir y comunicar a su mercado meta para crear fidelización y cubrir las necesidades del mismo mercado y exigencias que estas requieren, para lograr debe contar con personal capacitado, debe propiciar el trabajo en equipo e incentivar la comunicación entre ellos.

Por lo anterior expuesto, se considera que guarda relación con el objetivo de estudio, sirve para iniciar ya que los objetivos se basan en estrategias promociones, para lograr e incrementar el posicionamiento, mediante herramientas y métodos que están inmerso en lograr los objetivos esperados de la

empresa. Por ello indiferentemente de su origen debe contar con estrategias eficientes para lograr lo esperado.

Estrada y Gómez (2017), presento trabajo de grado titulado **Diseño de un plan estratégico 2017-2021 de la empresa Dilseguros S.S.A. ubicado en la ciudad de Cartagena** en la universidad de Cartagena para optar por el título de Administrador de Empresas, cuyo objetivo general es el Diseño de un plan estratégico para el mejoramiento de sus procesos y a la vez el fortalecimiento y la optimización de su gestión general.

El autor concluye que la empresa Dilseguros S.A.S., debe socializar la visión, misión, políticas y valores corporativos con todos sus empleados para crear sentido de pertenencia con la empresa, debe propiciar el trabajo en equipo entre los colaboradores y la mejora de la comunicación entre los mismos a través del diálogo y actividades de bienestar empresarial, también en aras de mejorar los indicadores de rotación personal, revisar y adecuar los procesos de gestión con el fin de mejorar la planeación estratégica.

Así pues, se considera que el estudio anteriormente mencionado guarda estrecha relación con el objeto de estudio, sirve para iniciarlo ya que sus objetivos se basan en un diseño para el mejoramiento de los procesos de gestión de la organización, para lograr el éxito organizacional mediante métodos simples que están inmersos en la visión y misión de la organización.

Veloso (2016), presento trabajo titula **Plan Estratégico de Desarrollo Organizacional para la Optimización de la Empresa EC VENEZUELA C.A ubicado en Municipio Hatillo**, en la Universidad Nueva Esparta para optar por el título de Licenciado en Administración, cuyo objetivo general es proponer plan estratégico de desarrollo organizacional para la optimización de la empresa para mantener la rentabilidad y crecimiento de la compañía.

El autor concluye que la empresa **EC VENEZUELA C.A** tiene carencias que presenta intrínsecamente afectando sus operaciones cotidianas haciendo énfasis en el capital humano y la estructura de la empresa, ambos indispensables

para la funcionalidad y eficacia de sus operaciones a fin de mantener la rentabilidad y crecimiento de la compañía, se planteó una serie de acciones operacionales correspondientes a la propuesta, del plan estratégico de desarrollo organizacional de acuerdo al cumplimiento de los objetivos.

Por lo anterior expuesto, se considera que el estudio guarda estrecha relación con la investigación ya que hace énfasis en el capital humano y la estructura de la compañía, ambas son indispensables para la funcionalidad y eficiencia de sus operaciones. Por ello, toda empresa indiferentemente de su origen se debe contar con un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión, tal como es el caso del estudio relacionado con la empresa NANOS SPORT, C.A.

Muñoz (2015), presento trabajo titula **Propuesta de Estrategias Gerenciales Para la Mejora del clima Organizacional de la Unidad Educativa Alejo Zuluaga ubicado en Valencia Estado Carabobo**, en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador para optar al grado de Magister Gerencial Educativa, cuyo objetivo es proponer estrategias gerenciales para la mejora del clima organizacional, el sistema educativo ha presentado en parte dificultades en el área de gerencia educativa lo que ha ocasionado una educación carente de eficacia , eficiencia y calidad. Es por ello que las instituciones educativas con respecto a la organización gerencial deben ser capaces de implantar competencias internas.

El autor concluye que es en la necesidad de los docentes que se actualicen y materialicen a través de la praxis pedagógica y las estrategias gerenciales, lo que permite un clima organizacional armoniosa y productiva, es por ello que se propuso considerar los factores que interviene en el contexto educativo institucional y adaptarlo de acuerdo a las necesidades de manera sistemática a través de las estrategias gerenciales, lo que permite un clima organizacional satisfecho para el trabajo educativo.

Por lo anterior expuesto, se considera que el estudio guarda estrecha relación con la investigación ya que el clima organizacional es un factor

determinante para el buen desarrollo laboral, también afecto directamente a todos los procesos organizacionales, y a la acción dentro de ésta. Por ello, toda empresa indiferentemente de su origen se debe contar con todas las herramientas organizacionales que le permitan contar con un plan estratégico para el mejoramiento del clima organizacional, tal como es el caso del estudio relacionado con la empresa NANOS SPORT, C.A.

Castillo (2015), presento informe de pasantías titula **plan estratégico para consolidar e impulsar la fuerza de ventas en la empresa CAOSCARSC.A**, ubicada en Valencia Estado Carabobo, en la Universidad José Antonio Páez para optar por el título de Licenciado en Mercadeo, cuyo objetivo es diseñar un plan estratégico para consolidar e impulsar las ventas, a través de la implementación de estrategia de mercado, optimización de procesos internos y eliminación de actividades que no favorecen de alguna manera los objetivos de la organización, colocando a sus productos y servicios a disposición del cliente en el momento, lugar, cantidad y forma adecuada.

Concluye que las empresas que tengan planeación estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no la usan, debido a esto dicha empresa debe contar con ejecutivos de ventas para que abarquen todo el mercado, motivación constante al personal de ventas, desarrollar estrategias para consolidar e impulsar la fuerza de ventas, todo esto con lleva a un crecimiento y posicionamiento.

Se considera que lo anterior expuesto no se relaciona directamente con el estudio sirva para iniciarlo con respecto a la empresa NANOS SPORT, C.A, ya que el proceso de gestión organizacional le permite asentar las bases para el ejercicio de una empresa como organización exitosa adaptando sus objetivos a los procesos de cambios necesarios y a los nuevos paradigmas en el mercado empresarial, sirven de guía para realizar estrategias eficientes para impulsar las ventas, lograr el éxito organizacional mediante métodos simples que están inmersos en la visión y misión de la organización, se debe de tomar en cuenta que

atreves de las ventas es donde la empresa tiene el capital para seguir expandiéndose en el mercado y lograr las metas propuesto.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 El Mercadeo o Mercadotecnia

Thompson. La (2018, febrero 12) mercadotecnia [en línea]. Promonegocios.Net “la mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio”.

Como se ha afirmado lo cual guarda relación con la presente investigación con respecto a las actividades y pasos de secuencia lógica que deben realizarse, para concretar la competencia que tiene en el mercado la empresa, y posteriormente realizar la toma de decisiones para consolidar y pronosticar un éxito a largo plazo.

2.2.2 Gestión Organizacional

El análisis de las organizaciones se encuentra ligado en su origen al estudio de la sociedad y de sus procesos. En autores como Herbert Spencer o Emile Durkheim puede observarse como relacionan el desarrollo evolutivo de la sociedad con las formas particulares que asume la división del trabajo en sus diversas etapas. Para Mansilla (2014:11), “la comprensión del fenómeno organizacional es una necesidad cierta de todos los profesionales e individuos que tengan alguna responsabilidad en el manejo de personas y recursos de la sociedad

En este sentido, guarda relación con la presente investigación, cuyo plan estratégico se orientará a visualizar a la empresa NANOS SPORT, C.A como una organización de acción haciendo énfasis en sus procesos internos para lograr los objetivos, debemos de tomar en cuenta misión y propósitos de la organización, de esta manera conseguir una adecuada coordinación de las actividades.

Así mismo, para Mansilla (2014), La Gestión Organizacional tiene un conjunto de características, tales como:

- a) Estar definida y diseñada en términos de una racionalidad de una adecuación de medios afines, esto significa que debe hacerse una división de trabajo de forma consciente.
- b) División del poder en distintos puestos, de tal manera de facilitar la dirección y el cumplimiento de las distintas obligaciones laborales.
- c) Canalizar de forma subordinada la comunicación a la mejor y más eficiente manera de conseguir una adecuada coordinación de las actividades tendiente al logro de los fines. (p.30)

Así pues, el plan estratégico propuesto para el mejoramiento de la gestión de la empresa se concentra en aplicar el control de los modelos de una organización, como descripción de los cargos laborales, cultura organizacional, todo lo anterior mencionado busca la coordinación de las actividades, así lograr los objetivos planteados.

2.2.3 Plan Estratégico

Ancín (2015:28): “El plan estratégico constituye la herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy”. Es decir, en el momento en el que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección, donde se hace referencia a lo que hará en los próximos años, lo cual supone el horizonte más habitual de los planes estratégicos; esto con el objetivo de lograr tener una empresa más competitiva en el mercado.

Así mismo, el autor (ob.cit:28), afirma que “las decisiones estratégicas deben tomarse al máximo nivel”, lo que supone que la alta gerencia debe dedicarse en gran parte al pensamiento estratégico; lo cual implica definir hoy como queremos que sea el futuro. Por lo anterior, se considera beneficioso que la empresa NANOS SPORT, C.A, cuente con un plan estratégico flexible y adaptable a los cambios que se produzcan en el mercado.

Para el logro efectivo de la planificación el autor, (ob.cit) propone dos pilares fundamentales:

- a) Buscar Nuevos medios de Apoyo (Aliados): El desarrollo de alianzas operativas y estratégicas es una opción al alcance de toda empresa y muy recomendable para limitar los riesgos a la hora de realizar inversiones, facilitar la entrada a nuevos mercados, acceder a nuevas tecnologías, fortalecer la imagen de marca, entre otros.
- b) Desarrollar la innovación: Esto significa buscar la innovación para el cliente, y no debe confundirse con innovar productos o servicios de alto valor económico, la innovación solo resulta útil si va orientada al cliente. Al igual que debe innovarse en la cadena de valor. (p.37).

Finalmente, el autor (ob.cit) refiere, 10 razones por las cuales un plan estratégico resulta necesario para toda organización:

1. Definir un proyecto empresarial, sólido.
2. Enmarcar todas las decisiones de la empresa en un plan estratégico guiado al futuro.
3. Tomar hoy las decisiones en un marco de actuación al futuro.
4. Dotar a la empresa de una misión que satisfaga las aspiraciones de los grupos de interés.
5. Identificar y definir cuáles son los objetivos de la empresa a largo plazo.
6. Elaborar un plan de comunicación que transmita la identidad corporativa.
7. Personalizar la gestión de la dirección
8. Definir funciones y responsabilidades en niveles claves (división de tareas).
9. Coordinar el proceso de toma de decisiones.
10. Asegurar nuestra competitividad como empresa. (p.46).

En igual forma se considera beneficioso que la empresa NANOS SPORT,C.A, cuente con un plan estratégico flexible y adaptable a los cambios que se produzcan en el mercado, el dueño debe dedicarse en gran parte al pensamiento estratégico; lo cual implica definir hoy como queremos que sea el futuro de la empresa que perdure en el tiempo, sea competitivo en el mercado global.

2.2.4 Estrategia

Carreto (2018, febrero 15) para estrategia [en línea] blogspot.com “una estrategia es conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin”. Es evidente que la estrategia es importante para llevar objetivos a largo plazo, al aplicarla establece una diferencia sostenible en el mercado.

Con relación al caso de estudio, siendo una empresa que busca mejorar sus procesos organizacionales mediante una estrategia clara y definida que forme parte de un plan de acción, que permita la creación de posición de mercado única y con contenido que incluya una serie de actividades empresariales diferenciadoras.

En este caso, se considera que las estrategias permiten mejorar los procesos empresariales ya que contribuyen al logro de los objetivos, lo que se traduce en rentabilidad para la empresa. Muchas empresas han logrado imponerse con éxito ante sus competidores gracias a sus estrategias; pero los competidores suelen ser muy hábiles para copiar rápidamente estos modelos de gestión y sus estrategias.

2.2.5 Tipos de Planes

Boland (2018, julio 15) funciones de la administración [en línea] books.google. Los planes son obtenidos a partir de ideas y programas. El objetivo de un plan es organizar, programar y preveer. Para ello deben determinarse los objetivos, el medio, la forma, el lugar y quien lo llevará a cabo.

Los planes pueden ser clasificados en:

Planes Operativos: se identifican con los objetivos y procedimientos específicos que son necesarios en los niveles bajos de la organización. Básicamente comprende las actividades y operaciones a desarrollar en el día a día, semana a semana o cliente a cliente y su espacio temporal es el corto plazo. Además se establecen con mayor grado de detalle y afectan a unas pocas actividades.

Vigilan la rutina para asegurarse de que todas las personas ejecuten las tareas y operaciones determinadas por la organización, aunque dependen de las características de la empresa, el tipo de negocio y del mercado que ella cubre, en general las personas responsables son aquellas que coordinan la ejecución de las acciones como el gerente regional de ventas o el de promociones.

Planes Tácticos: interpretan para acercarla más a la realidad a través de planes específicos para cada departamento o división. Los planes tácticos son los que dan los detalles necesarios para poner en acción las estrategias, tratan de instrumentar los planes estratégicos, especificando los detalles de cómo se alcanzan los objetivos generales. Los planes tácticos se traducen en planes de marketing, planes financieros, de producción y de recursos humanos entre ellos, se concentran en el mediano plazo calificación que también depende de varios factores como las características del negocio, del mercado y de la organización.

Planes Estratégicos: abarca aspectos globales, amplios, genéricos, que ayudan a la organización a posicionarse en relación con el futuro e influye en el largo plazo. Así mismo dependen de las características de la actividad de la organización en sí y del mercado en que actúan. La responsabilidad de llevar a cabo este tipo de plan son las personas que tiene a su cargo la Alta Dirección de la organización.

Finalmente, se reconoce que los tipos de planes se aplican para cada escenario de eventualidad para las empresas, donde para el caso presentado de la empresa **NANOS SPORT, C.A**, es notoria la falta de plan de acción en los escasos de estrategia, táctica y operatividad para impulsar el capital humano, familiares o no.

2.3 Términos Básicos

- **Misión:** razón de ser de la existencia de una empresa.

- **Visión:** se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo.
- **Valores:** representan ideales, sueños y aspiraciones, con una importancia independiente de las circunstancias.
- **Cultura:** un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación.
- **Cultura Organizacional:** es el conjunto de hábitos y creencias establecidas por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización
- **Empleado:** es la persona que se desempeña en un cargo determinado realizando tareas sobresalientes, desarrolladas en una oficina con cualidades intelectuales y la cual recibe un salario a cambio.
- **Organización:** es un grupo social compuesto por personas, tareas y administración que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción.
- **Estrategias:** es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.
- **Empleados:** es la persona que se desempeña en un cargo determinado realizando tareas sobresalientes, desarrolladas en una oficina con cualidades intelectuales y la cual recibe un salario a cambio.
- **Empresario:** es aquella persona que detecta el control estratégico sobre una empresa económica, tomando las decisiones relacionadas a fijar los objetivos de producción, establecer los medios más adecuados para alcanzar esos fines y organizar la administración.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

3.1.1 Propósito de la investigación

En concordancia a los objetivos, el propósito de esta investigación es de carácter aplicado, según el autor Carlos Sabino (2014.135) “La investigación aplicada es la respuesta efectiva y fundamentada a un problema detectado, analizado y descrito que tiene como principal fin resolver un problema en periodo corto de tiempo”.

3.1.2 Nivel de conocimiento de la investigación es descriptivo

En este caso, este proyecto factible está apoyado en una investigación de campo, que según el autor Santa Paella y Feliberto 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

Según Ander - Egg (2006) advierte, además, que “Los estudios exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior”. (p.110).

Cabe señalar, que esta investigación se encuentra contenida bajo la modalidad de proyecto factible, el cual, según Arias, (2006. 134), señala: “Que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer

una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”.

El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta” (pag.88)

3.1.3 Estrategias a seguir

El trabajo de campo es el conjunto de acciones encaminadas a obtener en forma directa datos de las fuentes primarias de información, es decir, de las personas y en el lugar y tiempo en que se suscita el conjunto de hechos o acontecimientos de interés para la investigación.

Para llevar adelante un buen trabajo de campo es necesario diseñar previamente la secuencia de los pasos a seguir en la investigación. El valor de estos diseños "reside en que permite al investigador cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han conseguido los datos, posibilitando su revisión o modificación en el caso de que surjan dudas respecto a su calidad" (Sabino, Carlos 2006: 68)

La encuesta es un "instrumento de observación formado por una serie de preguntas formuladas y cuyas respuestas son anotadas por el empadronador" (Tamayo y Mario 2006: 210).

3.2 Fases Metodológicas

3.2.1 Fase I: Diagnostico de la situación actual de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

En esta fase de estudio se diagnosticó la situación actual en el desenvolvimiento de la gestión organizacional, se utilizó la entrevista cerrada dicotómica como técnica de recolección de los datos mediante un guion de diez (10) preguntas como herramienta, la cual permitió el contacto directo con la población involucrada, en este caso, diez (10) empleados de la organización, en las cual se encargan de tener una visión amplia del funcionamiento de los

procesos en la empresa. Por ello la información que éstos proporcionan, permitió obtener información para el diagnóstico de la ejecución del plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa. En este sentido Sabino, (1992) comenta que:

La entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas. (p.116)

De igual forma Arias (1999) plantea. Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Para recoger datos e información relevantes, la investigadora utilizó como instrumentos de recolección de datos el guión de entrevista, el registro de observación documental e igualmente el registro del diario de observación directa, cuyos resultados fueron triangulados. (p.53).

Por su parte, la población objeto de estudio estuvo conformada por (10) empleados de la organización. Al respecto, Arias (2006:81) refiere que: “se entiende por población el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

En relación a la muestra que formó parte del estudio, se consideró el total de la población por considerarse representativa en cuanto a su tamaño. Sobre este particular, Castro (2003:69), expresa que “si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra”, por lo tanto, el muestreo de la presente investigación, siendo éstos diez (10) empleados de la organización.

En cuanto a las técnicas aplicadas, según Bavaresco (2006:65), las define de la siguiente manera: “las técnicas conducen a la verificación de problemas planteados. Cada tipo de investigación determinará las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados.”

En tal sentido, las técnicas aplicadas fue la entrevista mediante el instrumento de guion de entrevista a los empleados, cuyos aspectos evaluados están relacionados con la gestión organizacional de la empresa objeto de estudio. Por otro lado, el segundo instrumento de recolección de datos, constituido por diez (10) clientes potenciales de la organización, a los cuales se les aplicó el cuestionario como instrumento. Finalmente, una vez obtenida la información recolectada esta permitió su respectivo análisis e inferir en las conclusiones y recomendaciones finales.

3.2.2 Fase II: Identificación de factores internos y externos que afectan la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Al diagnosticar la situación actual del desenvolvimiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A. se procedió a analizar toda la información obtenida a través de la aplicación del guion de preguntas de la entrevista realizada para así elaborar un estudio en el cual abarcara las preferencias de los involucrados en la gestión. En este sentido se aplicó el análisis de la Matriz DOFA para identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, además los diferentes factores Internos y Externos que intervienen en el funcionamiento de la empresa. Así pues, lograr buscar soluciones a los problemas identificados en la fase I, Identificar las barreras que limitan los objetivos, Decidir sobre la dirección más eficaz y Revelar las posibilidades y limitaciones para cambiar la estructura organizacional de la empresa.

3.2.3 Fase III: Diseño del plan estratégico para el mejoramiento de la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Seguidamente, se desarrolló la propuesta, una vez identificadas en la Matriz DOFA las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y amenazas de mayor impacto, se procedió a determinar las estrategias para el diseño del plan estratégico que se planteó como complemento del desarrollo de la empresa NANOS SPORT, C.A. para impulsar la profesionalización y expansión del mercado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

La presentación e interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos a los empleados de la empresa y clientes potenciales, posterior al procesamiento de la información con respuestas dicotómicas para estructurar las bases que sustentan este trabajo de grado, se procedió a elaborar una entrevista de diez (10) preguntas con respuesta dicotómica, dirigido a diez (10) empleados de empresa donde se toma en consideración todas las variables necesarias para dar cumplimiento a los objetivos específicos ya planteados, finalmente se llevó a cabo un cuestionario de siete (7) variables con respuesta dicotómica, dirigido a diez (10) clientes potenciales de la misma, para obtener los resultados deseados con respecto a la matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna) y poder realizar la matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenaza en el Medio) con un resultado final de ambos instrumentos aplicados.

Así mismo se muestran los resultados de forma gráfica e interpretativa, de los datos seleccionados previamente, a fin de lograr los objetivos planteados, para lograr realizar este capítulo se desarrolla cada una de las fases metodológicas que se establecieron inicialmente, de igual manera cada fase está acompañada por el respectivo análisis del método aplicado.

4.1 FASE I: Diagnóstico de la situación actual de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Después de aplicar la entrevista a los empleados y el cuestionario a clientes potenciales de la empresa, se continuó con el análisis detallado de dicha entrevista y la tabulación y definición de los ítems, de acuerdo a las características obtenidas, para plantear de manera objetiva los resultados finales de esta investigación, los cuales son presentados a continuación.

Entrevista aplicada a los empleados

1. ¿Conoce los valores corporativos de la empresa?

Respuesta: El 80% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A no conocen los valores corporativos.

Análisis: Indica una debilidad en la Gestión Organizacional de la empresa y una oportunidad en esta investigación para crear y proponer los valores corporativos. Por lo cual el objetivo será dar a conocer esos nuevos valores corporativos a los colaboradores

2.¿El patrono se ocupa de darle capacitación constante sobre los procesos?

Respuesta: El 90% de los empleados no reciben constante capacitación de los procesos de la empresa.

Análisis: Es una amenaza en la producción de la empresa y una oportunidad en esta investigación para integrar personal de entrenamiento. Por lo cual el objetivo será dar talleres de capacitación al personal de acuerdo a los requerimientos de la empresa, días de prueba si captaron los conocimientos si fue efectiva.

3. ¿Existe estrategias organizacionales en la empresa?

Repuesta: Un 90% de los empleados de la empresa indican que no tienen conocimiento de la estrategia organizacional de la misma.

Análisis: En cuanto a las estrategias organizacionales, sin estas no se pueden lograr los objetivos trazados y una oportunidad en esta investigación para crear y proponer una planificación diaria y otra semanal para los colaboradores. Por lo cual el objetivo será hacer cumplir dicha estrategia organizacional a corto plazo para lograr las metas de la empresa.

4. ¿Usted cree que hay cargos definidos dentro de la empresa?

Respuesta: El 100% de los empleados de la empresa indican que no tienen cargos definidos de la misma.

Análisis: los resultados indican que el 100% de los empleados de la empresa, no tienen los cargos definidos de la misma, lo que indica una debilidad en la gestión organizacional de la empresa y una oportunidad para proponer y crear manuales de cargos, descripción de los cargos y darlos a conocer a cada empleado de la misma. Por lo cual el objetivo será revisar, evaluar y redefinir los cargos, incluyendo a todos los involucrados de dicha empresa.

5. ¿Tiene usted un rol definido dentro de la empresa?

Respuesta: Un 80% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A notienen un rol definido y el otro 20% indican que tienen el rol definido.

Análisis: Indica una debilidad en la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A y una oportunidad en esta investigación para finalmente definir los roles de ese 80% de los empleados que respondieron negativamente esta pregunta. Por lo cual el objetivo será revisar y evaluar los existentes para crear los cargos faltantes de los colaboradores que no poseen un rol definido.

6. ¿La empresa asigna metas en tiempos determinados?

Respuesta: El 80% de los empleados NANOS SPORT, C.A tienen asignadas metas en tiempos determinados dentro de la misma.

Análisis: Lo que indica una fortaleza en la producción y ventas de la empresa y una oportunidad en esta investigación para revisar y evaluar cuales metas no se cumplen en el tiempo estipulado. Por lo cual el objetivo será sugerir reuniones entre los jefes de departamento para la actualización de metas alcanzadas y en tiempo determinado diaria y semanalmente.

7. ¿Cree usted que la empresa cuenta con todas las herramientas e implementos necesarios para realizar el trabajo?

Respuesta: El 100% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A cuenta con todas las herramientas e implementos necesarios para cumplir con la producción.

Análisis: Indica una fortaleza en la gestión organizacional de la empresa y una oportunidad para dar charlas del cuidado de las instalaciones y herramientas de trabajo. Por lo cual el objetivo será dar a conocer esos nuevos valores corporativos a los colaboradores

8. ¿La empresa se proyecta en crecimiento?

Respuesta: Un 70% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A, notan desde su punto de vista que la misma se proyecta en crecimiento

Análisis: Lo que indica una oportunidad en la gestión organizacional de la empresa para promover el cumplimiento de los objetivos a largo plazo y una fortaleza en esta investigación para crear y proponer un plan de incentivos. Será dar a conocer a los involucrados los objetivos por medio de la difusión de mensajes y panfletos en ubicaciones estratégicas dentro de la empresa.

9. ¿Conoce los objetivos estratégicos para el crecimiento de la empresa?

Respuesta: Un 100% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A no conocen los objetivos estratégicos para el crecimiento.

Análisis: Indica una debilidad en la gestión organizacional de la empresa de no haber transmitido esos objetivos desde su fundación, sugerir promover la difusión de dichos objetivos de manera interna. Por lo cual el objetivo será que todos los involucrados conozcan hacia donde se proyecta la empresa y con cuales estrategias lograrlo.

10. ¿Es bueno el proceso de planeación y producción de la empresa?

Respuesta: El 90% de los empleados de la empresa NANOS SPORT, C.A respondieron que no es bueno el proceso de planeación y producción.

Análisis: Lo que indica una debilidad en las actividades diarias de la empresa. Por lo cual el objetivo será promover la responsabilidad a los colaboradores de producción y ventas para que el proceso de planeación se mantenga y lograr los objetivos de la empresa.

CUESTIONARIO A LOS CLIENTES POTENCIALES

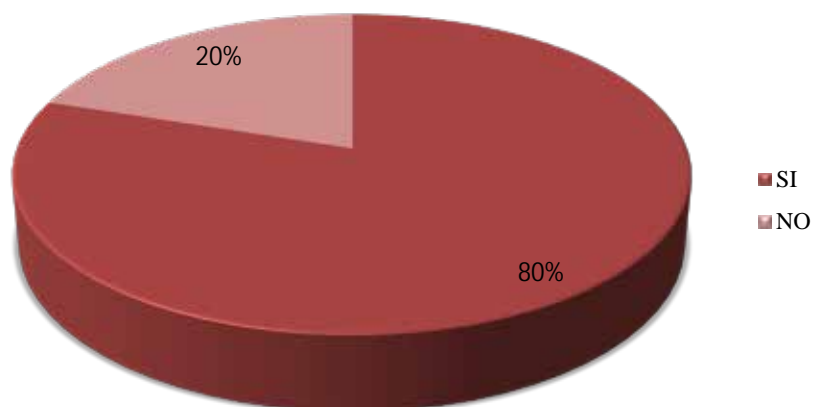
Ítem N° 1. ¿Le gusta nuestro producto?

Tabla N° 1 Le gusta el producto

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Grafica N° 1. Le gusta el producto



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 80% de los clientes potenciales de la empresa **NANOS SPORT, C.A**, mencionan que los productos les gusta lo que indica una gran fortaleza para la empresa y una oportunidad para proponer y crear que amplíe la línea de productos, el objetivo será promover la responsabilidad del departamento de producción y venta.

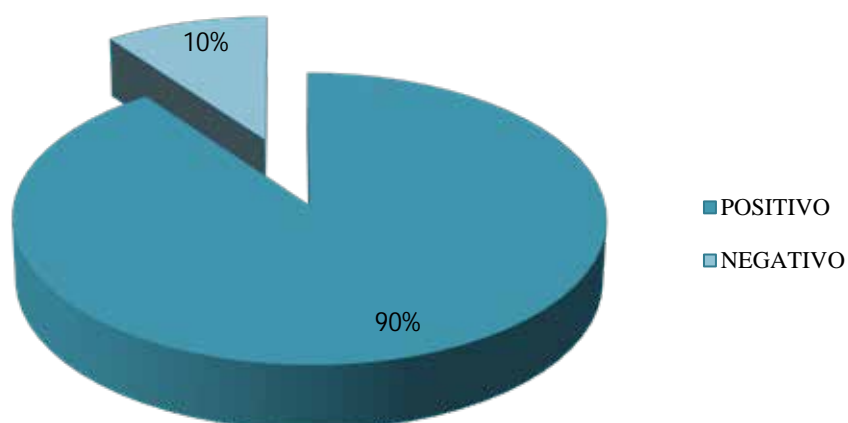
Ítem N° 2. ¿Qué imagen tienen de nuestra empresa?

Tabla N° 2 Que imagen tiene de nuestra empresa

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
Positivo	9	90%
Negativo	1	10%
total	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Grafica N° 2 Que imagen tiene de nuestra empresa



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 90% de los clientes potenciales de la empresa **NANOS SPORT, C.A** tienen una imagen positiva, lo que indica que tenemos fortaleza en la gestión organizacional de la empresa y la ayuda para proyectarnos en los objetivos propuestos.

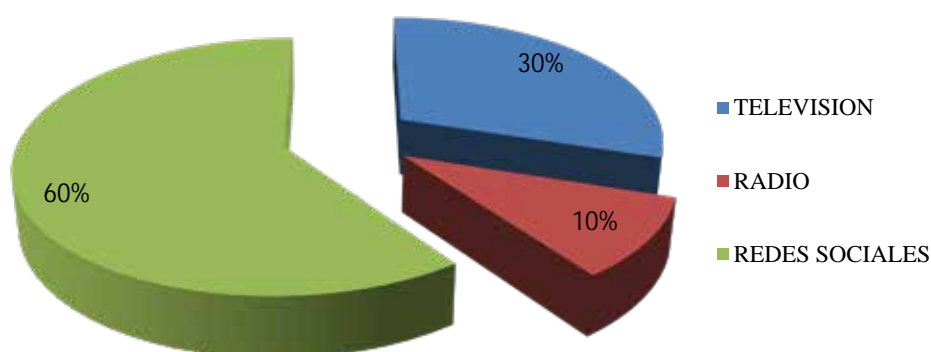
Ítem N° 3; Por cuáles medios de publicidad le gustaría obtener mayor información del producto?

Tabla N° 3 Medios de publicidad le gustaría obtener mayor información del producto

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
TELEVISION	3	40%
RADIO	1	10%
REDES SOCIALES	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes

Grafica N° 3 Medios de publicidad le gustaría obtener mayor información del producto



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 60% de los clientes potenciales de la empresa **NANOS SPORTS, C.A** consideran que es una buena opción de obtener mayor información por las redes sociales, es una oportunidad para sugerir crear las redes sociales de la empresa, por lo cual la empresa tendrá mayor retroalimentación con sus clientes potenciales.

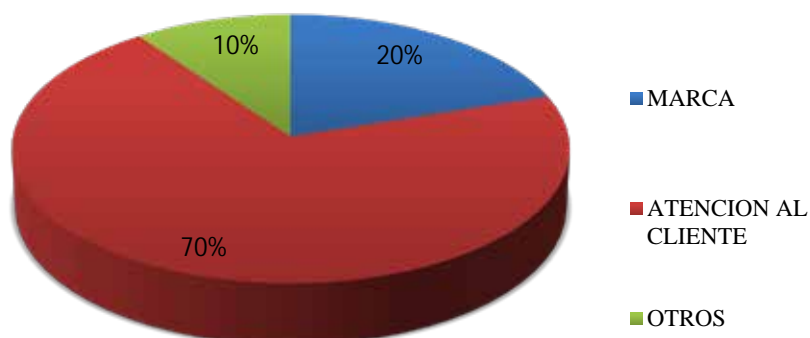
Ítem N°4; Cuáles son sus criterios para comprar?

Tabla N° 4 criterios para comprar

VARIABLE	N° DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
MARCA	2	20%
ATENCION AL CLIENTE	7	70%
OTROS	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Grafico N° 4 criterios para comprar



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 70% de los clientes potenciales de la empresa **NANOS SPORT, C.A** indican que es importante la atención al cliente, lo que da a entender que es una oportunidad de mejora en la capacitación continua de su personal e incentivos de la misma que este en contacto con los clientes potenciales.

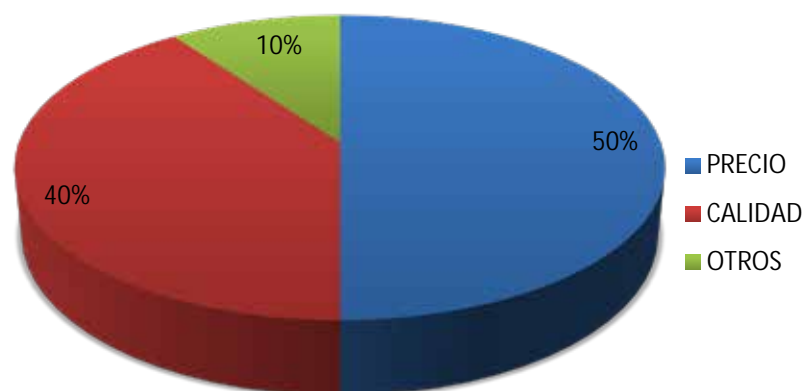
Ítem N° 5. ¿Dónde pondría énfasis con respecto al producto?

Tabla N° 5 Énfasis con respecto al producto

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
PRECIO	5	50%
CALIDAD	4	40%
OTROS	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Grafico N° 5 Énfasis con respecto al producto



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje de 50% de los clientes potenciales con respecto al precio de los productos y el otro 40% toman en cuenta la calidad del mismo, la empresa NANOS SPORT, C.A tiene precios competidos y productos de buena calidad lo que indica una fortaleza para la empresa, se debe tomar en cuenta a la hora de variar nuevas líneas de productos.

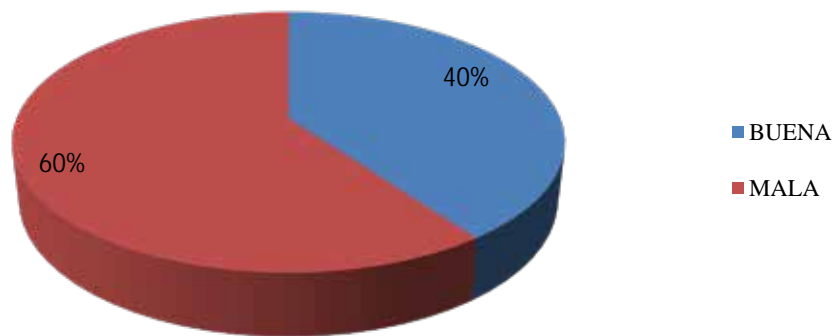
Ítem N° 6: ¿Cómo cree usted que es el proceso de comunicación en la empresa?

Tabla N° 6 Proceso de comunicación en la empresa

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
BUENA	4	40%
MALA	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Grafica N° 6 Proceso de comunicación en la empresa



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 60% de los clientes potenciales de la empresa NANOS SPORT, C.A, que el proceso de comunicación es malo dando a entender que es una debilidad en la gestión organizacional de la empresa y el 40% notan que es bueno, es una oportunidad en esta investigación para proponer una estrategia de comunicación más abierta dentro de la empresa para que se puedan intercambiar ideas y lograr una mejor relación.

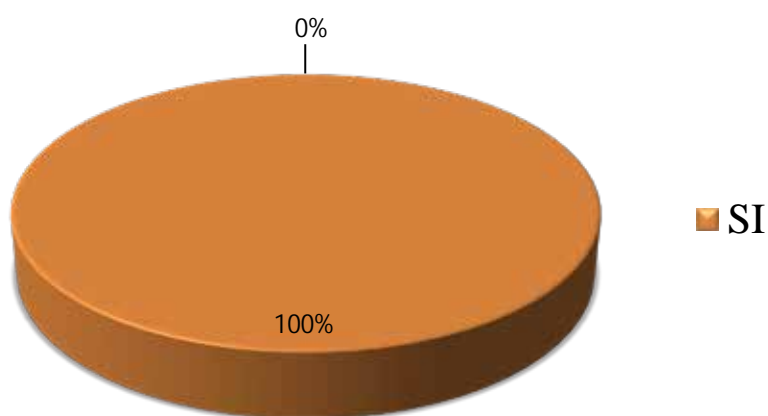
Ítem N° 7. ¿Recomendaría nuestra empresa a otros consumidores?

Tabla N° 7 Recomendaría nuestra empresa a otros consumidores

VARIABLE	N° DE RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Gráfico N° 7 Recomendaría nuestra empresa a otros consumidores



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Se demuestra en los resultados de esta data haciendo referencia al porcentaje mayoritario el cual indica que un 100% de nuestros clientes potenciales recomendaría a la empresa, es una gran fortaleza que ayuda para poder ampliar y captar nuevos clientes para la empresa NANOS SPORT, C.A. de esta manera seguir proyectando para lograr las metas trazadas por la empresa.

Análisis de la Entrevista

Con la finalidad de lograr el objetivo de profundizar la gestión organizacional dentro de dicha empresa, la cultura organizacional, los valores corporativos que en ella se encuentran y su situación actual, entre otros factores, se efectuó una entrevista a diez (10) empleados y un cuestionario a diez (10) clientes potenciales de la misma, obteniendo como resultado las siguientes afirmaciones y conclusiones las cuales son material de un análisis visual y puntual.

Esta entrevista y cuestionario conforman un gran conjunto de información importante, directa y precisa, otorgada por los involucrados más cercanos a los procesos administrativos y responsables de la toma de decisiones concerniente al funcionamiento operativo, técnico, financiero y productivo de la empresa.

De esta manera se resume lo siguiente, y es que los empleados más directos y clientes potenciales a su vez de los fundadores de la empresa NANOS SPORT, C.A no tiene el conocimiento de cierta información importante de la misma, explican que no conocen los valores corporativos de la misma, expresan que no tiene capacitación de los procesos, afirman que no tienen cargos definidos, consideran que dicha empresa no sostiene una estructura organizacional adecuada a pesar de ser micro empresa.

Por último, consideramos que hace falta una revisión de la estructura organizacional para crecer y ser rentables. El diseño de una estructura organizacional ayuda a la alta gerencia a identificar el talento que necesita ser añadido a la empresa, para lograr las metas establecidas en el plan anual de la compañía. También es importante que las responsabilidades estén claramente definidas. Cada persona tiene una descripción de las funciones de su trabajo y cada trabajo ocupa su propia posición en el organigrama de la empresa. tienen un gran debilidad en la cultura organizacional, los empleados explican que los sucesores de la empresa no escalan jerarquía, sino son asignados directamente a

los cargos y no obstante existen conflictos familiares que interfieren en la evolución empresarial, para su bienestar propio y el de sus colaboradores.

4.2 FASE II: Identificación de los factores internos y externos que afectan la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A mediante la matriz PCI y PCE, para evaluar el mejoramiento continuo.

Tabla N°8 Perfil de capacidad interna

Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna)							
#	CAPACIDAD	FORTALEZA			DEBILIDAD		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Planificación						
1.1	Planeación y Organización		X				
1.2	Comunicación y Control Gerencial				X		
1.3	Planteamiento de Objetivos			X			
1.4	Asignaciones Diarias	X					
2	Imagen						
2.1	Imagen Corporativa		X				
2.2	Cultura Corporativa				X		
2.3	Identidad Gráfica			X			
2.4	Estructura				X		
3	Mercadeo						
3.1	Publicidad						X
3.2	Promoción					X	
3.3	Comercialización de la Marca				X		
3.4	Diseño de Producto				X		
4	Organización						
4.1	Definición de Cargos						X
4.2	Definición de Procesos				X		
4.3	Cumplimiento de Objetivos	X					
4.4	Control de Procesos		X				
5	Atención al Cliente						
5.1	Personalizado	X					
5.2	Telemarketing			X			
5.3	Calidad de Servicio	X					
5.4	Velocidad de Respuestas		X				

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: al examinar la fortaleza y debilidades de PCI y de las cinco categorías generales, es una pieza fundamental para definir la posición y acciones a tomar y establecer las aéreas que necesitan atención, se determinó que requiere realizar estrategias consolidadas para llegar a tener una capacidad de desempeño en los diferentes aéreas de la empresa como es comunicación, control gerencial, cultura corporativa, estructura, en categoría de mercadeo, definición de cargos, definición de procesos y telemarketing , proponer y crear la cultura organizacional.

4.2.1 Realización de la matriz POAM y el impacto que permitirá diagnosticar y evaluar de manera sistemática las debilidades y fortalezas internas y las oportunidades y amenazas externas.

Tabla N° 9 Perfil de oportunidades y amenazas

Matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio)										
#	CAPACIDAD	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
ECONOMICO										
1	Capital de inversión de la empresa	X						X		
2	Costos de materia prima				X			X		
3	Ganancia de las ventas					X			X	
SOCIAL										
1	Dirección general	X						X		
2	Empleados de la empresa			X						X
3	Administrativo de la empresa		X						X	
4	Vendedores de la empresa	X						X		
GEOGRAFICO										
1	Ubicación de la empresa	X						X		
2	Consumidores cercanos		X						X	

3	Cientes lejanos	X						X		
4	Sucursales y puntos de venta	X						X		
MERCADO										
1	Competencia	X							X	
2	Producto innovador		X							X
3	Plaza para el producto	X						X		
4	Promoción del producto				X			X		
5	Publicidad (radio, prensa, tv y vallas)				X			X		
TECNOLOGICO										
1	Nivel tecnológico	X						X		
2	Velocidad en el desarrollo tecnológico					X			X	
3	Telecomunicaciones					X			X	
4	Globalización de la información						X			X
5	Nuevas tecnologías industriales					X			X	
6	Desarrollo de internet y comercio electrónico						X			X

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Como resultado al identificar los factores dado en el entorno como es la oportunidad y amenaza POAM de la empresa, en el cual se ve cual es la posición de la empresa frente al medio en el que se desenvuelve, tanto en el grado y como en el impacto sobre la empresa, una vez visualizado proponer y crear estrategia mediante las cuales la empresa logre los objetivos a corto plazo, con el POAM se identifica factores que podrían afectar a la empresa de manera anticipada de esta manera permitirá reaccionar con antelación a dichos factores,

la empresa podrá aprovechar sus oportunidades y anticipar en defecto a las amenazas que le genera el entorno.

4.2.2 Realización de la matriz DOFA para evaluar el resultado final de las matrices anteriores de acuerdo con el impacto interno y externo que genera la empresa NANOS SPORT, C.A.

Cuadro N°. 1 Análisis DOFA

<p>ANALISIS DOFA</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca Competencia en productos - Prioridad en productos. Nacionales. - Excelentes materias primas Nacionales. - Sentido de pertenencia. . - Competencia debilitada - Posibilidad de generar alianzas estratégicas con empresas industriales. - Nuevos canales de venta para poder vender más o para vender a otros nichos. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inflación. - Deficiente servicio eléctrico. - Poca oferta de talento humano capacitado. - Transporte. - Escases de materia prima. - Inseguridad. - No acceso a divisas para importar maquinaria. - Descapitalización - Aumento de precios de materia prima.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventaja en el crecimiento potencial del mercado. - Fuerza de producto, calidad, exclusividad. - Velocidad de respuesta a situaciones cambiantes. - Efectividad de producción y programas de entrega. - Lealtad y satisfacción del cliente. 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expandir estructura física y de personal para aumentar nivel de producción. - Visita y muestreo a diferentes clientes potenciales con gran rotación de mercancía. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquirir planta eléctrica aprovechando el retorno de inversión para no detener la producción al fallar el servicio eléctrico. - Buscar nuevas alianzas comerciales con otros proveedores de la región que venden productos de calidad y prestigio a bajos precios.

Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad de Costos. - Nivel de tecnología utilizado en productos. - Falta de capacitación del personal. - Fortaleza de proveedores y disponibilidad de insumos. - Habilidad de competir con precios. - Sistema de toma de decisiones. - Altos costos según las nuevas tendencias. - ausencia de presencia en las redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pedir un Préstamo a entidad financiera para adquirir maquinaria para industrializar en el proceso de elaboración de productos, bajando costos de mano de obra y subiendo rendimiento de producción y elevando el nivel de competencia en calidad y precio. - Al adquirir materia prima Nacional en grandes cantidades, Se amortiza un poco la fluctuación de costos. - Diseñar e implementar plan de incentivos al personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Colocar anuncio en prensa solicitando Personal, incluyendo personal capacitado con contratado Fijo.

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Análisis: Al evaluar la situación actual de la empresa teniendo en cuenta los factores externos e internos, proponer aplicar las estrategias antes mencionadas para lograr los objetivos de la empresa para el mejoramiento de la gestión organizacional, como aquellos que permitan una mejora interna y externa de la misma.

4.3 FASE III: Diseño de plan estratégico para el mejoramiento de la Gestión Organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

En esta fase se detalla a continuación la propuesta del plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A., la entrevista realizada a los empleados y cuestionario a los clientes potenciales, por lo que servirá como material de apoyo para aquellas partes interesadas en el mejoramiento de la gestión organizacional.

Asimismo, una vez identificadas en la Matriz DOFA las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y amenazas de mayor impacto, se procede a realizar la propuesta, la cual define las características del plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A. El cual se realizó un análisis de las fases anteriores, que permitieron determinar tanto aquellos elementos que dan una identificación más eficaz a la organización entre sus competidores, como aquellos que permiten una mejora interna y externa.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

La elaboración de esta propuesta está fundamentada en los resultados recabados de los instrumentos aplicados anteriormente con la finalidad de cumplir los objetivos planteados de la investigación, una vez procesados y analizados los datos, los mismos pasaron a ser parte de los conocimientos que rigieron la elaboración de la mencionada propuesta.

5.1 Justificación de la propuesta.

La elaboración de la propuesta, surge como respuesta a la situación detectada en el diagnóstico previo de esta investigación, con el fin de diseñar un plan estratégico en función de las conclusiones obtenidas a través del análisis realizado a la empresa NANOS SPORT C.A, las cuales muestran que con la implementación de éste plan estratégico, mejorará la gestión organizacional, como a su vez permitirá definir el rumbo de la empresa para lograr los objetivos propuestos por la gerencia y anteponerse a la competencia.

Por otro lado, el deseo de toda empresa familiar, es pasar de ser micro a ser macro empresa o industria según sea el caso, es también posicionarse, mantenerse en el mercado y ser reconocidos, por su gestión empresarial como organización y como familia, para así continuar con los mismos valores, metas y objetivos que ha tenido su trayectoria.

5.2 Beneficios de la Propuesta

Dicha propuesta tendrá como consecuencia el surgimiento de una serie de beneficios que se describen a continuación:

- Captar clientes potenciales.

- Mantener el posicionamiento de la empresa NANOS SPORT C.A.
- Aumento en el número de ventas.
- Ofrece distinción de la empresa caso de estudio con respecto a la competencia.
- Generar rentabilidad en mediano y largo plazo.
- Lograr los objetivos a corto plazo
- Que la empresa tenga una misión y una visión clara de la misma.
- Buenas relaciones con los proveedores
- organización interna eficiente.

5.3 Objetivos de la Propuesta

5.3.1 Objetivo General

Optimizar la Gestión Organizacional de la Empresa NANOS SPORT, C.A, ubicada en Valencia Estado Carabobo.

5.3.2 Objetivos Específicos

- Especificar los parámetros que rigen la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.
- Definir los principios corporativos para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.
- Realizar las estrategias de un plan de acción para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

5.4 Factibilidad de la propuesta

La factibilidad y viabilidad de dicha propuesta, está representada por los recursos técnicos y económicos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos, donde se

desglosan los recursos que se emplearán en la ejecución de la propuesta, los cuales serán en beneficio de la empresa.

5.4.1 Factibilidad Técnica

La implementación de esta propuesta en la empresa no requiere de más colaboradores para atender el déficit de la gestión organizacional para participar en el proceso:

La empresa cuenta con un área pequeña donde realiza charlas de inducción y capacitación constante de los procesos y a su vez, talleres y dinámicas de grupo para todos los involucrados de la empresa.

A continuación, se detalla los insumos: papel, bolígrafo, servicio de internet, lápiz.

5.4.2 Factibilidad Operativa

Esta propuesta cuenta con una alta factibilidad operativa ya que la necesidad de que la empresa sea reconocida por sus clientes, aportando de tal manera una aceptación al cambio por parte de la directiva y el departamento de mercadeo, el cual deberá ser capacitado en algunas áreas específicas para lograr las estrategias a aplicar. El planteamiento de la propuesta abarca aspectos que son necesarios para aumentar la presencia de NANOS SPORT C.A en el mercado ofreciendo múltiples productos para la satisfacción de los clientes, provocando así la aceptación y buen desenvolvimiento de la propuesta. Así mismo la simpleza y claridad de la propuesta ayudara a que la misma sea comprendida fácilmente con respecto a su contenido.

5.4.3 Factibilidad económica

Todo proyecto requiere de un estudio de costos para determinar si es posible o no la implementación de nuevas acciones. Para la realización de esta propuesta de plan estratégico, se deben tomar en consideración varios aspectos tales como: la formación técnica de los colaboradores que integran el equipo de

planificación y producción, una persona capacitada en área de mercadeo (outsourcing) que promueva el bienestar laboral y familiar, dictando charlas, dinámicas de equipos, por lo menos dos veces al mes.

Actualmente la empresa NANOS SPORT C.A, cuenta con los recursos económicos mínimos necesarios para llevar a cabo la implementación del plan estratégico propuesto.

Cuadro N° 2 Factibilidad Económica

Insumos	Gastos
Papel	2.000.000bsf
Bolígrafo	800.000bsf
Servicio de internet	3.000.000bsf
Lápiz	1.000.000bsf
Capacitación (outsourcing por 2 horas)	40.000.000bsf
Total	46.800.000bsf

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

5.5 Desarrollo de la Propuesta

Dicho todo lo anterior, es necesario cumplir con el objetivo general mediante el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos que se detallan a continuación.

5.5.1. Etapa I. Especificar los parámetros que regirán la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A"

En esta etapa, se genera unos parámetros (indicadores) que regirán la gestión organizacional de la empresa, desde donde se pretende analizar las capacidades del talento humano para el logro de objetivos, siendo estos objetivos, desglosados en actividades que pueden ser de carácter tangible e intangible.

En este orden de ideas, los parámetros derivados de una serie de dimensiones como son:

a. Desarrollo Humano: Entendida como el constante incremento de la calidad de vida personal y de la población, en términos de procesos de aprendizaje, considerando la influencia del contexto donde se convive, a partir de acceso a educación, empleo, y la interacción social encaminada al desarrollo de la personalidad. Es por esto, que la productividad debe tener en cuenta los elementos asociados al desarrollo humano, a partir de la conciencia de la productividad.

Acciones que debe realizar la empresa para el desarrollo humano como garantizar a su personal constante capacitación por medio de charles y talleres, brindar un ambiente laboral de agrado para los clientes internos, como también, beneficios contractuales. De esta manera se desarrollará el talento y la energía en la fuerza de trabajo para soportar la misión, objetivos y estrategias organizacionales y finalmente, mecanismos sociales como comunicación y clima organizacional.

b. Condiciones Laborales: Entendidas como el conjunto de variables que afectan el rendimiento de los colaboradores en pro de la realización de una labor, teniendo en cuenta aspectos físicos, sicológicos, y sociales para lograr los objetivos de la empresa.

b.1. Diseños del área de trabajo: Diagrama de áreas de trabajo con interacciones entre los puestos de trabajo que deben tener en cuenta la estandarización de procesos, la limpieza y el orden.

b.2. Diseños de puestos de trabajo: Ergonomía de los puestos de trabajo a partir del confort del trabajador y la minimización de los riesgos.

b.3. Evolución en las experiencias: Análisis del uso de herramientas a partir de la interacción y el acceso a las condiciones ideales de trabajo.

b.4. Indicadores de producción: Análisis de rendimiento productivo a partir de las capacidades personales y/o grupales, cumpliendo con estándares de tiempo, calidad, cantidad y espacio. Se determinará cuantas piezas confecciona semanalmente cada trabajador (10 costureros) con el beneficio de pagar horas extras.

b.5. Trabajo de efectividad: Análisis de rendimientos por cada trabajador. Se determinará cuantas piezas por día el vendedor despacha (3 vendedores) premiándolo así con una pieza gratis mensual.

c. Productividad: En términos organizacionales, es entendida como la relación existente de entregables, sean estos, tangibles o intangibles, frente a la cantidad, y calidad de los insumos utilizados en el proceso productivo en un tiempo determinado, siendo estos insumos, desde la perspectiva económica, tierra, trabajo, capital, información, en términos administrativos, se podrían categorizar como recursos físicos, financieros, tecnológicos, y de talento humano.

De esta forma, se encuentran indicadores de productividad, entendidos como el análisis de variables que miden la participación conjunta de los factores productivos, a partir de:

c.1. Análisis de costos: Es el proceso de identificación de recursos monetarios necesarios para llevar a cabo un proyecto, un proceso y/o un producto, con el fin de tomar la decisión de financiamiento y buscar un beneficio monetario a futuro. En Venezuela está la ley de precios justos donde menciona que no puede excederse del 30% la ganancia de venta del producto.

c.2. Análisis de planta de producción: Estudio de características del proceso en términos de optimización y efectividad. La empresa tendrá noción del nivel de desperdicio que genere el proceso productivo semanalmente bien sea, retazos de tela a reutilizar en cintas, lazos, carteras para niñas, edredones y forros para cojines. Generando un ahorro interno en la empresa en cuanto a costos.

3. Análisis del personal de trabajo: Estudio de rendimiento productivo en términos de eficacia y eficiencia en el cumplimiento de una labor por cada individuo según los cargos asignados.

4. Optimización de equipo productivo: Estudio de rendimiento de la maquinaria, a partir de características como:

- a. Uso de desperdicios de producción.
- b. Cantidad ventas cerradas y facturadas. (Diaria, semanal, mensual).

En este sentido, se tendrían las cualidades personales y de la calidad de vida del individuo, asociados a la dimensión desarrollo humano; el diseño organizacional, con sus diferentes componentes en cuanto a estructura, formas organizativas, definición de estrategias, procesos, comunicación, y escenarios de talento humano, en asociación con la dimensión condiciones laborales; y, finalmente, los factores de producción, como son tierra, trabajo, capital, tecnología e información, como aspectos asociados a la dimensión productividad, todo lo anterior, en la búsqueda de un desarrollo competitivo para las organizaciones.

De esta manera, el análisis del desarrollo humano, de las condiciones laborales, y de la productividad, se presenta como un ejercicio teórico de fundamentación para construir indicadores asociados a la ejecución de actividades y entregables bajo condiciones establecidas a partir del despliegue y desagregación de objetivos, en conjunto con el establecimiento de metas que corresponden con los requerimientos organizacionales.

5.5.2 Etapa II. Definir los principios corporativos para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Los constantes cambios a los que se encuentra sometido el mundo empresarial, han llevado a las organizaciones a revisar sus modos de funcionar, su estructura interna y hasta su filosofía de gestión, en función de atender y adaptarse a las demandas que el entorno les hace, garantizando su permanencia y durabilidad a lo largo del tiempo.

Entre los cambios más notorios generados a nivel empresarial, se encuentra el haber pasado de la era industrial a la era del conocimiento, lo cual ha contribuido a expandir y configurar una nueva situación global que está revolucionando la economía mundial. Por ello, la realidad empresarial no puede

ser interpretada con viejos patrones tales como el de la mayoría de los gerentes y empresarios.

Para lograr la implantación del cambio en la empresa NANOS SPORT, C.A es necesario fundamentarse en los principios corporativos, pues son éstos los que dan sentido y cohesionan el esfuerzo de lo que se quiere llegar a ser. Por esto, los principios corporativos absorben la complejidad organizativa, orientan la visión estratégica y aumentan el compromiso profesional, a la vez que constituyen una herramienta que permite identificar, promover y legitimar el mejoramiento de la gestión organizacional, en el cual se incluye la forma de dirección en las organizaciones fundamentalmente la durabilidad y no el hacer dinero rápido.

Por tal razón se plantea lo siguiente:

Misión:

Somos una empresa de ropa deportiva con líneas de productos diversificadas, trabajamos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y estándares de calidad, basados en capacidad innovadora, flexibilidad y vocación de servicio, a través de productos diferenciados. Contamos con un equipo humano especializado, identificado y comprometido con la empresa, promoviendo el desarrollo de sus competidores.

Visión:

Llegar a ser una empresa que marque la tendencia de moda y vanguardia reconocida como líder en confecciones de ropa deportiva con alta calidad a nivel nacional e internacional.

Valores:

Calidad: Buscamos la calidad integral de nuestros colaboradores, procesos y productos, de acuerdo a las actuales exigencias del mercado y la globalización.

Innovación: Somos abiertos a los cambios, buscamos la mejora continua y diferenciación competitiva a partir de la investigación, análisis y creatividad.

Ética: Las actividades que realizamos se ciernen con estricto apego a los principios y obligaciones morales en la relación con nuestros clientes, trabajadores y demás personas con quienes nos relacionamos, guiados por la transparencia en todos nuestros actos y el cumplimiento estricto de los acuerdos y compromisos adquiridos.

Lealtad: Somos leales con nuestros clientes, entre nosotros mismos, nuestras familias y con todas las personas o instituciones con quienes interactuamos.

Honestidad: La fuerza moral que guía la actuación social en nuestra esfera de acción y se expresa en el comportamiento íntegro observado por el personal en la vida familiar, profesional y social, se manifiesta en la honestidad intelectual en todos nuestros actos y en el manejo de los recursos y bienes de la sociedad.

Eficiencia: Nuestras actividades laborales se encuentran regidos por altos niveles de exigencia en el desempeño de todos los integrantes de la organización, ejecutando las tareas encomendadas con una alta calidad en los resultados parciales y totales obtenidos, todo lo cual se manifiesta en la óptima calidad de nuestros servicios y asesorías siempre dentro de los más altos estándares de exigencia.

Responsabilidad: Nos sentimos comprometidos a mantener los más alto niveles de responsabilidad en todas las manifestaciones organizacionales, profesionales y personales, y somos consecuentes con los principios de nuestra empresa. Nuestros trabajadores cumplen sus deberes conociendo que son respetados en sus derechos fundamentales y cumpliendo los compromisos derivados de nuestra misión.

Respeto: Procuramos la actuación considerada y respetuosa hacia nuestros clientes, compañeros de trabajo, familiares y demás personas o instituciones con quienes interactuamos.

Sentido de pertenencia: Asumimos como propias y con el desempeño de un padre de familia, los asuntos que le sean confiados a la empresa en consonancia

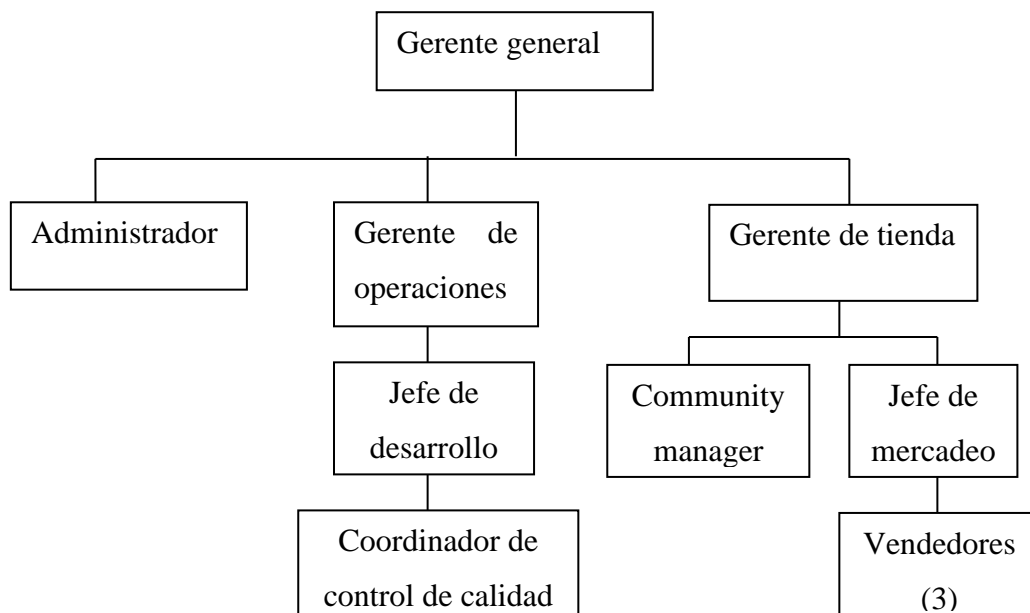
con nuestra visión, misión y valores de la organización y en el empeño y dedicación para la obtención de las metas.

Objetivos:

- Dejar de ser una pequeña empresa, que comercializa productos. Creciendo cada día más y más para así poder llevar nuestros productos a nivel nacional e internacional.
- Satisfacer la demanda en el país de productos de primera calidad en ropa deportiva.
- Brindar un buen servicio a los clientes.
- Brindar precios favorables para nuestros clientes.
- Garantizar una mejor calidad y dar un buen precio.
- Aumentar nuestra publicidad día tras día.

Estructura de la Organización:

Grafico N°. 8 Estructura de la Organización.



Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Descripciones de Cargos:

- **Gerente general:** cumple las funciones como planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.
- **Administrador:** Controlar las actividades de administración de una unidad, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.
- **Gerente de operaciones:** Desempeña un papel de liderazgo en la gestión de las materias primas y del personal. La supervisión del inventario, de las compras y los suministros es fundamental para el trabajo. incluyen la determinación de las necesidades del personal, la contratación de empleados, la supervisión de las asignaciones de los empleados y la planificación del desarrollo personal.
- **Jefe de desarrollo del producto:** encargados de dirigir y coordinar las actividades relacionadas con el análisis y desarrollo de productos de la empresa.
- **Coordinador de Control de calidad:** verificar si los productos terminados estén bien de esta manera comprobar que los productos que salen a la venta tienen la calidad adecuada. El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores. Todo producto que no cumpla las características mínimas de calidad, será eliminado sin poder corregir los errores ni defectos de la fabricación.
- **Gerente de Tienda:** Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

- **Community manager:** Crear, cuidar y mantener una comunidad de seguidores de redes sociales para la marca a la que representa y ser el nexo de unión entre las necesidades de los clientes y seguidores y las necesidades de la empresa.
- **Jefe de mercadeo:** Esta persona es quién tiene a su cargo la planificación y las estrategias orientadas a los productos o servicios de la empresa. Es también quien recibe los informes de los demás integrantes y es el enlace entre el departamento y la alta dirección.
- **Vendedores:** Es el personal más importante de las ventas personales porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además, porque tienen la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

5.5.3. Etapa III. Realizar las estrategias de un plan de acción para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C.A.

Las estrategias de un plan de acción para el mejoramiento de la empresa NANOS SPORT, C.A, dependen siempre de la situación actual, por lo tanto, se necesitan estrategias que requieran la comparación de los recursos necesarios, los costos, el tiempo de ejecución, los responsables y las estrategias que aborden las debilidades de la empresa. Se detalla a continuación:

Cuadro N° 3 Estrategia crear una ideología

Estrategia	Crear una ideología
Acción	Creación de creencias organizacionales comunes y valores compartidos.
Actividad	Se debe desarrollar una ideología organizacional central que promueva valores organizacionales que se comuniquen y se conviertan en guía para la toma de decisiones. Eso se llama adoctrinamiento positivo y genera sentido de pertenencia, motivación y, sobre todo, la cooperación.
Responsabilidad	Gerentes
Tiempo	2 meses
Costo	Sin costo

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Cuadro N° 4 Estrategia cultura de los principios corporativos

Estrategia	Crear una cultura de los principios corporativos
Acción	Poner en práctica los principios corporativos
Actividad	El motor de las organizaciones deben ser los objetivos; no las funciones únicamente. Una buena descripción de objetivos organizacionales genera movimiento en la organización, libertad para crear, recursividad, búsqueda de resultados concretos y, sobre todo, salida de las zonas de comodidad.
Responsable	Gerentes
Tiempo	2 semanas
Costo	Sin costo

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

Cuadro N° 5 Estrategia promover el alcance a la eficiencia organizacional

Estrategia	Promover el alcance a la eficiencia organizacional
Acción	Así como los elementos esenciales de una empresa son el negocio y la organización, toda organización posee dos elementos esenciales para alcanzar sus cometidos: crear una ideología y crear una cultura de objetivos. Por lo tanto, basado en las estrategias 1 y 2, ya que cuando existen valores organizacionales compartidos se genera una dinámica imparable de cooperación que hace posible el logro de los resultados económicos.
Actividad	Las actividades de una organización basada en objetivos es más innovadora, rápida, flexible, efectiva y, sobre todo, eleva la moral de las personas.
Responsable	Gerentes, jefes y coordinadores
Tiempo	Constante
Costo	Sin costo

Fuente: Huanaco y Reyes (2018)

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta la problemática planteada de la presente investigación, con base al estudio realizada, luego de haber concluido la bibliografía correspondiente y haber aplicado de la manera correcta los instrumentos de recolección de datos se diagnosticó la situación actual de la empresa caso de estudio en cuanto a la gestión organizacional de la empresa donde se obtuvo información sobre alguna de sus problemáticas, es decir, fallas por no contar con la cultura organización ni modelo de negocio específico, bien sea organigrama, visión, misión, valores organizacionales, clima organizacional para redireccionar la empresa a un rumbo claro y exitoso.

Seguidamente se procedió a identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la empresa, por lo que se realizaron entrevistas de manera interna y cuestionario de manera externa a clientes potenciales los cuales proporcionaron datos que fueron analizados a través de la aplicación de una matriz DOFA, PCI Y POAM de donde se obtuvieron las estrategias a ejecutar para así solventar la problemática en cuanto a la falta de un plan de marketing que mejore la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT C.A

Una vez que se realizó lo anteriormente nombrado se tomaron en cuenta las estrategias más resaltantes dentro del análisis DOFA para aplicar estrategias de gestión organizacional, las propuestas desarrolladas son las siguientes:

Definir el negocio de la empresa NANOS SPORT C.A.

Estudiar a la competencia de la empresa NANOS SPORT C.A

Establecer metas y objetivos a corto y largo plazo.

Fomentar la cultura organizacional por medio de talleres de inducción.

Finalmente, a lo largo del proyecto se brindan diferentes aportes para la empresa NANOS SPORT C.A luego de analizar, incluir diferentes objetivos

planteados de la gestión organizacional como uno de los objetivos principales donde se definió un plan estratégico para el mejoramiento de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT C.A donde se satisface una o varias necesidades específicas en beneficios tanto del cliente como de la empresa. Por ende, debe ser una de las opciones principales al momento de definir una acción a tomar, con la finalidad de adentrarse en el mundo de los negocios, y de esta manera facilitar y favorecer la vinculación con nuevas empresas potenciales.

RECOMENDACIONES

La empresa NANOS SPORT C.A para lograr el mejoramiento de la gestión organizacional por medio de un plan estratégico de marketing requiere que la organización adopte estrategias de negocio, no obstante, para el éxito de esta propuesta se presenta las siguientes indicaciones:

- Para comenzar se debe de tener una cultura organizacional donde se tenga claro el concepto de negocio a manejar.
- Se recomienda que la empresa capacite a su personal en las áreas que se requiera para que así el personal pueda contar con las herramientas necesarias para el pleno desarrollo de la propuesta planteadas en el proyecto.
- Se sugiere definir la descripción de cargos de los empleados para el mejor desempeño en el proceso productivo y logístico de la empresa.
- Las empresas micro familiares deben en primera instancia, consolidar y organizar ideas en conjunto de lo que realmente se quiere fundar como empresa, donde las opiniones de cada uno deben ser tomadas en cuenta para ser revisadas y evaluadas, en pro del beneficio que traerá a la misma y en contra de las pérdidas de inversión, tiempo y estructuras a futuro.
- considera ideal conocer a la competencia a la que se enfrenta la empresa para de esta manera superarse y posicionarse en el mercado dentro del mismo rubro.

REFERENCIAS

Impresas

Ancín Vicuña José María. (2015). **“El plan estratégico en la práctica”**. Madrid. Editorial ESIC.

Egg Ander Ezequiel (2006) **“Investigación descriptiva”** Buenos Aires República Argentina, Editorial MAGISTERIO DEL RÍO DE LA PLATA. Viamonte 1674 (1055)

Arias Fideas, (2006) **“Proyecto factible”** Mención de edición, 5a. ed. Pie de Imprenta, Caracas: Editorial EPISTEME.

Sabino Carlos (2014) **“Investigación aplicada”** Buenos Aires Argentina, Editorial de metodología de investigación por Carlos Sabino.

Castillo Bernando, (2015) **plan estratégico para consolidar e impulsar la fuerza de ventas en la empresa CAOSCARS C.Ade la ciudad de Valencia**. San Diego Optar por el título de Licenciado en Mercadeo. Universidad José Antonio Paez.

Estrada Gomez Andres Camilo (2017) **Diseño de un plan estratégico de la empresa Dilseguros S.S.A. de la ciudad de Cartagena**. Optar por el título de Administrador de Empresas. Universidad de Cartagena **Colombia**.

Mansilla Darío. (2014). **“Gestión Organizacional. Elementos para su Estudio”**. Universidad Iberoamericana, 1996. Madrid.

Muñoz Leonardo (2015) **Propuesta de Estrategias Gerenciales Para la Mejora del clima Organizacional de la Unidad Educativa Alejo Zuluaga de la ciudad de Valencia**. Optar al grado de Magister Gerencial Educativo. Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Parella Santa y Martins Feliberto (2010), **“Investigación de campo”** Libro "Metodología de la investigación cuantitativa" Caracas Venezuela 3ra Edición (2012)

Veloso Miguel (2016) **Plan Estratégico de Desarrollo Organizacional para la Optimización de la Empresa EC VENEZUELA C.A en la ciudad de Hatillo.** Optar por el título de Licenciado en Administración. Universidad Nueva Esparta para optar por el título de Licenciado en Administración

Yepez y Ruiz (2017) titulado **Estrategia promocionales para incrementar posicionamiento de la firma personal Evana Arts Boutique en san diego Estado Carabobo,** Optar por el título de Licenciado en Mercadeo. Universidad José Antonio Páez.

Electrónico

Carreto Juan (2018). **Artículo: plan estrategia** Documento en línea. Disponible en <https://www.planeacion-estrategica.blogspot.com/qu-es-estrategia.html?m=1>

Boland Lucrecia (2018). Books. **Funciones de la administración** Documento en línea. Disponible en https://books.google.co.ve/books?id=2NMedAshxncC&pg=PP3&lpg=PP3&dq=Boland+funciones+de+la+administracion&source=bl&ots=YG2Zc7hlNa&sig=JQ7IEVeJt_krqVGv62yC2tGsrSs&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiZ0J2fwMfcAhVykuAKHYM8CjAQ6AEwAnoECAEQAQ#v=onepage&q=Boland%20funciones%20de%20la%20administracion&f=false

Thompson Iván.(2018). **Artículo: ¿Qué es Mercadotecnia?** Documento en línea. Disponible en <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/que-es-mercadotecnia.html>.

ANEXO B

ENTREVISTA PARA LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA NANOS SPORT, C.A.

El siguiente cuestionario tiene como propósito recolectar información respecto a la situación actual de la empresa NANOS SPORT, C. A

Instrucciones de llenado:

1. Lea detenidamente cada pregunta
2. En caso de cualquier duda consulte con el encuestado
3. El cuestionario está conformado por 10 preguntas

A continuación “formule su respuesta”

Entrevista a los empleados

- 1- **¿Conoce los valores corporativos de la empresa?**
- 2- **¿El patrono se ocupa de darle capacitación constante sobre los procesos?**
3. - **¿Existe planificación en la empresa?**
4. - **¿Usted cree que hay cargos definidos dentro de la empresa**
5. - **¿Tiene usted un rol definido dentro de la empresa?**
6. - **¿La empresa asigna metas en tiempos determinados?**
7. - **¿Cree usted que la empresa cuenta con todas las herramientas e implementos necesarios para realizar el trabajo?**
- 8- **¿La empresa se proyecta en crecimiento?**
9. -**¿Conoce los objetivos estratégicos para el crecimiento de la empresa?**
10. - **¿Es bueno el proceso de planeación y producción de la empresa?**

ANEXO C

CUESTIONARIO PARA LOS CLIENTES POTENCIALES DE LA EMPRESA NANOS SPORT, C. A

El siguiente cuestionario tiene como propósito recolectar información respecto a la situación actual de la gestión organizacional de la empresa NANOS SPORT, C. A.

Instrucciones de llenado:

1. Lea detenidamente cada pregunta
2. En caso de cualquier duda consulte con el encuestado
3. El cuestionario está conformado por 7 preguntas

A continuación, marque con una “x” la opción que considere correcta

Cuestionario a clientes potenciales

1. ¿le gusta nuestro producto?

Si No

2 ¿Qué imagen tienen de nuestra empresa?

Positivo Negativo

3. ¿Por cuáles medios de publicidad le gustaría obtener mayor información?

Televisión Radio Redes sociales

4. ¿Cuáles son sus criterios para comprar?

Marca Atención al cliente otros

5. ¿Dónde pondrías el énfasis con respecto al producto?

Precio **Calidad** **otros**

6. ¿Qué te gustaría cambiar de su sistema actual de organización?

Estrategias **Organigrama** **otros**

7. ¿Recomendaría nuestra empresa a otros consumidores?

Sí **No**