

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA



PLAN ESTRATEGICO DE MATERIALES PEQUINTERO, F.P PERIODO 2024-2028

Presentado por:

QUINTERO ANGHELY

JAIMES ANGELA

TRUJILLO, VENEZUELA

2024

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA



PLAN ESTRATEGICO DE MATERIALES PEQUINTERO F.P PERIODO 2024-2028

**Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado (a) (as) (os) en Contaduría Pública o
Administración de Empresas**

Presentado por:

QUINTERO ANGHELY

JAIMES ANGELA

Tutor

PROF. LCDO., MSC, DR.

KARELIS PAREDES

TRUJILLO, VENEZUELA

2024

VEREDICTO

VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Msc. Karelis Paredes, Prof. Msc. Zaida Kassar y Prof. Msc. Gilberto Rojas, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATÉGICO DE MATERIALES PEQUINTACERO C.A. PERÍODO 2024-2028**, que presenta la bachiller **QUINTERO DEPABLOS ANGHELY ROSELIN**, portadora de la Cédula de Identidad No. 27.601.446, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **DIECISIETE (17) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de febrero del año dos mil veinticuatro.



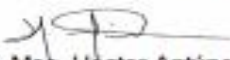
Prof. Msc. Gilberto Rojas.
C.I. 19.285.228
JURADO



Prof. Msc. Karelis Paredes
C.I. 14.799.624
TUTORA



Prof. Msc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
PRESIDENTE DEL JURADO

Prof. Msc. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO




Prof. Msc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
VICERRECTORA ACADÉMICA



+58 412 2263605



www.uvnm.edu.ve



universidadvalledelmomboy@uvnm.edu.ve



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Msc. Karelis Paredes, Prof. Msc. Zaida Kassar y Prof. Msc. Gilberto Rojas, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATÉGICO DE MATERIALES PEQUINTACERO C.A. PERÍODO 2024-2028**, que presenta la bachiller **JAIMES DUQUE ANGELA MARIANA**, portadora de la Cédula de Identidad No. 26.287.994, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **DIECISIETE (17) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombay, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de febrero del año dos mil veinticuatro.

Prof. Msc. Gilberto Rojas.
C.I 19.285.228
JURADO

Prof. Msc. Karelis Paredes
C.I. 14.799.624
TUTORA

Prof. Msc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
PRESIDENTE DEL JURADO



Prof. Msc. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO



Prof. Msc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
VICERRECTORA ACADÉMICA



DEDICATORIA

Principalmente a nuestro supremo creador por la fortaleza que nos dio durante toda la carrera, a nuestros padres por el apoyo incondicional que nos han dado.

AGRADECIMIENTOS

Agradecidas con Dios por ayudarnos a culminar una meta tan importante para nosotras, a cada persona que nos aportó una idea, a la empresa Materiales Pequintacero F.P por la confianza y apoyo que nos brindaron para realizar este trabajo, a la universidad Valle de Momboy por todas tus enseñanzas que en el día de hoy nos hace lo que somos.

RESUMEN

La investigación presentada se inclina a proponer a la empresa Materiales Pequintacero F.P, como un recurso para la ejecución de distintos planes estratégicos que ayudaran a crecer en el mercado. El trabajo expresa toda la información que se necesita para conocer la empresa la cual tiene 17 años en el mundo ferretero, ubicada en Táchira, Rubio, Municipio Junín, su principal actividad es la compra y venta de productos de ferretería y de construcción. A partir de la serie de preguntas y entrevistas se puedo conseguir cuales son las fallas que incurre esta empresa principalmente en el área de Marketing, por lo que se propone diseñar un plan estratégico que sea utilizado por la empresa mejorando así la optimización en el área de marketing. Por ende, sigue un orden donde en el I capitulo esta la información de la empresa, el II el análisis y diagnóstico, el III diseño del modelo de negocios, El IV la propuesta de los objetivos, el V la idea de implementación y el VI todos los planes estratégicos que la empresa puede implementar para un mejor desempeño. Dando como resultado la formulación de inventarios, estrategias que dicha empresa está de acuerdo a implementar.

Palabras clave: Marketing, empresa, planes

ABSTRACT

The research presented is inclined to propose the company Materiales Pequintacero F.P, as a resource for the execution of different strategic plans that will help grow in the market. The work expresses all the information that is needed to know the company which has 17 years in the hardware world, located in Táchira, Rubio, Junín Municipality, its main activity is the purchase and sale of hardware and construction products. From the series of questions and interviews, it is possible to find out what are the failures that this company incurs mainly in the area of Marketing, so it is proposed to design a strategic plan that is used by the company, thus improving optimization in the area of Marketing. Marketing. Therefore, it follows an order where in chapter I is the information about the company, chapter II is the analysis and diagnosis, chapter III is the design of the business model, chapter IV is the proposal of the objectives, chapter V is the idea of implementation and chapter VI. All the strategic plans that the company can implement for better performance. Resulting in the formulation of inventories, strategies that said company agrees to implement.

Keywords: Marketing, company, plans

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de contenido

INDICE DE TABLAS	13
INDICE DE ANEXOS	16
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	17
1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio	17
1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer.....	18
1.3 Equipo de trabajo	18
1.4 Diagnostico organizacional	19
1.5 Diagnostico situación contable-financiera	20
1.6 Definición del problema.....	21
1.7 Propuesta de valor.	22
1.7 Objetivos del trabajo de investigación.	22
1.7.1 Objetivo general	22
1.7.2 Objetivos específicos	22
CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO.....	24
1.1 Análisis del macro entorno (PESTEL).....	24
2.1.1. Entorno político	24
2.1.2. Entorno económico	24
2.1.3. Entorno social.....	25
2.1.4. Entorno tecnológico.....	25
2.1.5. Entorno ecológico.....	26
2.1.6. Entorno legal	26
2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	27
2.2 Análisis del micro entorno del sector: Fuerzas de Porter.....	30
2.2.1. Negociación con proveedores.....	30
2.2.2. Negociación con clientes	30
2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes.....	30

	10
2.2.4. <i>Desarrollo potencial de productos sustitutos</i>	31
2.2.5. <i>Entrada de nuevos competidores</i>	32
2.2.6. <i>Nivel de atractividad de la industria</i>	32
2.2.7 <i>Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)</i>	32
3.1 Modelo de negocio CANVAS.....	35
3.2 Análisis funcional de la empresa.....	37
3.2.1. <i>Gerencia de la empresa</i>	37
3.2.2. <i>Recursos humanos</i>	38
3.2.3. <i>Investigación y desarrollo</i>	38
3.2.4. <i>Finanzas</i>	39
3.2.5. <i>Logística y aprovisionamiento</i>	39
3.2.6. <i>Operaciones</i>	40
3.2.7. <i>Marketing y ventas</i>	40
3.2.8. <i>Servicios postventa</i>	41
CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2024 – 2028.....	42
4.1 <i>Objetivo general 2024 a 2028</i>	42
4.2 <i>Objetivos estratégicos 2024 a 2028</i>	42
4.3 <i>Análisis de los Objetivos estratégicos 2024 a 2028.</i>	42
5.1 <i>Formulación de la estrategia</i>	46
5.1.1 <i>Matriz FODA cruzada (MFODA)</i>	46
5.1.2. <i>Matriz Interna – Externa (MIE)</i>	51
5.2 <i>Selección de la estrategia</i>	52
5.2.1. <i>Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos</i>	52
5.2.2. <i>Estrategias seleccionadas</i>	55
CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN	56
6.1 Plan funcional de marketing.....	56
6.1.1. <i>Situación actual de la gerencia de marketing</i>	56
6.1.2. <i>Objetivos de marketing</i>	57
6.1.3. <i>Acciones estratégicas de marketing</i>	57
6.1.4. <i>Presupuesto</i>	59
6.1.5 <i>Ejecución de tareas del plan de marketing.</i>	60

.....	60
6.2 Plan funcional de operaciones.....	61
6.2.1. <i>Situación actual de la gerencia de operaciones</i>	61
6.2.2. <i>Objetivos de operaciones</i>	61
6.2.3. <i>Desarrollo de la estrategia de operaciones</i>	62
6.2.4. <i>Presupuesto</i>	63
6.2.5 <i>Ejecución de tareas del plan de operaciones.</i>	63
6.3 Plan funcional de recursos humanos.....	64
6.3.1. <i>Situación actual de la gerencia de recursos humanos</i>	64
6.3.2. <i>Objetivos de recursos humanos</i>	65
6.3.3. <i>Estrategias</i>	65
6.3.4. <i>Presupuesto</i>	66
6.3.5 <i>Ejecución de tareas del plan de recursos humanos</i>	67
6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RSE).....	67
6.4.1. <i>Situación actual de la RSE</i>	67
6.4.2 <i>Objetivos de RSE</i>	68
6.4.3. <i>Actividades de RSE</i>	69
6.4.4.....	70
<i>Presupuesto</i>	70
6.4.5. <i>Ejecución de tareas del plan de RSE.</i>	71
6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera.....	71
6.5.1. <i>Situación actual de la gerencia financiera</i>	71
6.5.2. <i>Objetivos de finanzas</i>	72
6.5.3. <i>Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2024-2028.</i> 73	
6.5.4. <i>Proyección de ventas 2024-2028.</i>	74
6.5.5. <i>Proyección de costos y gastos operativos 2024-2028.</i>	75
Materiales de ferretería.....	75
6.5.6. <i>Cálculo del capital de trabajo 2024-2028.</i>	76
6.5.7. <i>Estructura y opciones de financiamiento 2024-2028</i>	77
6.5.8. <i>Estado de resultado proyectado 2024-2028.</i>	78
6.5.9. <i>Estado de situación financiera proyectado 2024-2028.</i>	79

6.5.10. Flujo de caja proyectado 2024-2028.....	80
6.5.11. Punto de Equilibrio 2024-2028 (En cantidades y unidades monetarias).	81
6.5.11. Indicadores de rentabilidad 2024-2028.	82
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES.....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	86
ANEXOS	88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz MEFE	28
Tabla 2 Matriz MEFI	33
Tabla 3 Matriz FODA Cruzada (MFODA).....	48
Tabla 4 Resumen MEFE y MEFI	51
Tabla 5 Matriz Interna – Externa	52
Tabla 6 Matriz de estrategias vs objetivos estratégicos	53
Tabla 7 Presupuesto del plan funcional de marketing	59
Tabla 8 Presupuesto del plan funcional de operaciones	63
Tabla 9 Presupuesto del plan de recursos humanos	66
Tabla 10 Objetivos de RSE.....	68
Tabla 11 Estrategias De RSE.....	69
Tabla 12 Presupuesto del Plan RSE.....	70
Tabla 13 Inversiones	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14 Ventas / Ingresos.....	74
Tabla 15 Compras / Suministros.....	75
Tabla 16 Capital de Trabajo.....	76
Tabla 17 Financiación.....	77
Tabla 18 Cuenta de Resultados.....	78
Tabla 19 Balance Previsional.....	79
Tabla 20 Flujo de Caja	80
Tabla 21 Punto de Equilibrio	81

Tabla 22 Rentabilidad	82
------------------------------------	----

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de Materiales Pequintacero.	19
Figura 2 Modelo de negocio CANVAS (Materiales Pequintacero F.P).....	35
Figura 3 Cadena de Valor de PORTER (Materiales Pequintacero F.P)	36
Figura 4 Matriz Mckinsey.....	57
Figura 5 Mapa conceptual de las tareas del plan de marketing	60

INDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Preguntas al propietario de la empresa Materiales Pequintacero F.P.....	88
Anexos 2 Encuesta al empleado	89

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio

La empresa Materiales Pequintacero., es una empresa dedicada a la compra y venta de materiales de construcción y ferretería, pero también la venta de todo lo necesarios para los trabajos de ingeniería, como lo es la herramienta esencial para elaborar trabajos de remodelación. Asimismo, ventas tanto de materiales pequeños como el cemento, bombillos, cables entre otros., Hasta materiales grandes como tubería, cabillas, láminas de zinc, y muchos más que ofrece esta empresa.

Inicialmente esta ferretería perteneció a un grupo de empresas familiares de Materiales y Lubricantes Acero., la cual se dividió para que cada uno de los integrantes obtuviera su propia empresa, donde en el 2006 quedo esta con la denominación comercial Materiales Pequintacero, donde su propósito es proporcionar todo los materiales y herramientas necesarias para la elaboración de la construcción a pequeña o gran escala, convirtiéndose en una de las principales distribuidoras de su pueblo.

La cual se encuentra ubicada en Venezuela, Estado Táchira, Municipio Junín, específicamente en el Sector San Martin de Rubio Av.9 entre calles 16 y 17. A partir de la división de esta empresa, se dio lugar a la mejora de atención y servicios ofrecidos a la clientela, renovando su imagen para ser una de las mejores de su municipio.

1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

La empresa Materiales Pequintacero, entre los productos que ofrece a su clientela, se encuentra todo lo relacionado con materiales necesarios para la construcción o remodelación. En la cuales encontramos en la parte de ferretería, bombillos led, panel led cuadrado para empotrar, cinta led, cid de cinta led, transformador, reflector, linterna, interruptor, toma corriente, enchufe, sócate, destornilladores, cuchilla de luz, abrazaderas, grapas, discos, cepillo copa de acero, mechas, remaches, lijas, pistola para pintar, mecate, herramientas, tornillería, candados, ruedas, grifería, pintura, rodillos, brochas, espátulas, albañilería, palustre, tobo, jardinería, seguridad, entre muchos más productos de ferretería.

Asimismo, en la parte de materiales de construcción se consiguen tubos pulidos, barra redonda, barra cuadrada, cabillas estriada, pletinas, ángulos, cerchas, mallas, tubo redondo pesado, tubo redondo liviano, viga doble TT, Viga U, riel, láminas de zinc, laminas pulidas, laminadas galvanizadas, laminada estriada, mangueras, tubo de electricidad, tubo PVC, codos, yee PVC, tee PVC, anillo reducidos, codo sin fondo, entre otros. Cada uno de estos productos vienen en distintos calibres y medidas, para una mayor disponibilidad para los clientes.

1.3 Equipo de trabajo

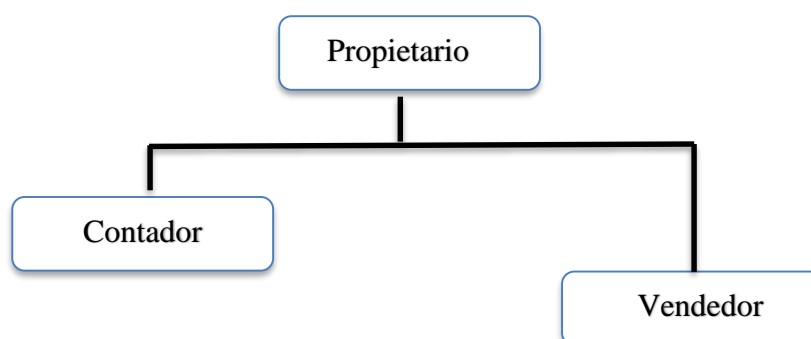


Figura 1 *Organigrama de Materiales Pequintacero.*

Fuente: Adaptado de la empresa Materiales Pequintacero F.P

- Propietario: Se encarga de la empresa directamente, atendiendo los proveedores, clientes potenciales, ejecuta los presupuestos para diferentes clientes de construcciones y empresas. Verifica que el trato del vendedor hacia los clientes sea el mejor.
- Contador: Encargado de la contabilidad interna, procurando llevar al día el inventario de compras y ventas, igualmente realiza la contabilidad tributaria, es decir llevando libro diario, libro mayor y las declaraciones de la empresa.
- Vendedor: Es la persona encargada de las ventas de la empresa, atención al cliente, organización de la empresa, y quien está al pendiente de que los despachos salgan de la ferretería correctamente.

1.4 Diagnostico organizacional

Mediante una entrevista al dueño de la empresa , se obtuvo información cerca a la situación organizacional, en la cual es una empresa con 25 años en la rama de ferretería y lubricantes, pero atreves de cambios administrativos, esta empresa se dedicó a la parte de ferretería y materiales de construcción la cual lleva 17 años destacándose por ser una de las mejores de su municipio, distinguiéndose por la calidad de productos y servicios que ofrece ya que cuenta con un empleado capacitado en esta rama para orientar a todo al que desee adquirir algún producto.

De esta misma manera, se pudo detectar que esta empresas cuenta con una gran organización en el inventario, ya que posee con un contador capacitado de orientarlos y llevar en

orden todo para un mejor financiamiento de la empresa donde están al día con todo lo referente al tema legal y contable, así también tiene varios competidores que representan una amenaza para la ventas, pero la empresa se ha caracterizado por ofrecer buenos precios que permite catalogar a la empresa como a una de las mejores y más concurridas por público consumidor.

Sus principales competidores son una constante amenaza constante para la empresa, ya que al no contar con un sitio web que se pueden conseguir en otras ferreterías para los clientes que desean comprar en línea, pero la empresa se ha caracterizado por poseer buenos precios en donde asegura el propietario tener unas ventas buenas.

Entre las carencias que incurren la empresa en estudio, es la falta del uso del Marketing, aunque el propietario conoce de este medio de ventas y publicidad no la aplican, puesto que no cuenta con alguien que lo ayude a la creación de dichas plataformas digitales que son utilizadas.

En el análisis final, se observa que la ferretería carece de presencia, ya que no cuenta con un sitio web. Esta dificultad afecta y sitúa una desventaja frente a otras entidades del sector, que si aprovechan el uso de estas mismas para el empleo como medio de ventas.

1.5 Diagnostico situación contable-financiera

Tras una serie de preguntas al contador, se llegó a la conclusión que esta organización goza de un diagnostico contable favorable, presenta condiciones favorables para la compra de mercancía con precios bajos, permitiendo mantener los productos en una buena oferta y dejando una ganancia satisfactoria. En el año 2014 el golpe de estado afecto la ferretería teniendo como resultado negativo de 50% en sus ventas, pero aun así se logró mantener operativa y poder cubrir gastos

La pandemia que se vivió en el 2020 hizo que las ventas bajaron radicalmente un 80% debido a que era prohibido las ventas en este periodo. Una vez que se permitió la reapertura de los negocios, se observa una notable repunte en las ventas, superando las pérdidas que se sufrió durante estas fechas. Este repunte de ventas dio un margen de ganancias superior a lo previsto, gracias a la estrategia del servicio de flete, cobrando solo el costo de la gasolina. Pero que esto hizo que muchos compradores siguieran usando el servicio que esta empresa ofrece.

En conclusión, la empresa se encuentra en un aumento de su eficiencia y producción, obteniendo así más y mejores ventas, para así obtener mejor y mayor rentabilidad, sin embargo, les hace falta ventas electrónicas, donde la empresa pueda conseguir dichos objetivos, utilizando métodos no usados o explorando ideas que ya se estén utilizando.

1.6 Definición del problema.

La empresa Materiales Peqintacero F.P, tiene un problema como lo es la falta del marketing, ya que esta empresa no cuenta con ningún sitio web, catálogos, ni promociones que atraigan a más clientela, situación que es de vital importancia pues esta vendría siendo la problemática, más grave, ya que en su organización cuenta con el equipo justo y necesario para ejercer una buena labor.

A partir de la pandemia las ventas se han vuelto más virtuales, puesto que se ofrecen los productos en línea donde viene siendo una amenaza contra otras ferreterías, ya que estas poseen sitios web donde el consumidor puede comprar desde casa. A partir de la crisis que atraviesa Venezuela esta empresa se ha adaptado a los precios tanto en bolívares que es la moneda nacional como también, pesos colombianos y dólares siendo aún más accesibles sus compras a consumidores que están fuera del país.

1.7 Propuesta de valor.

Una mejor organización de la empresa, creando un plan de marketing con el propósito de mejorar las ventas. Donde se proponga el crear un sitio web, un WhatsApp eh Instagram para hacer conocer a gran escala esta empresa.

1.7 Objetivos del trabajo de investigación.

1.7.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico que sea utilizado por la empresa Materiales Pequintacero, F.P en los años 2024-2028, mejorando así la optimización en el área de marketing.

1.7.2 Objetivos específicos

- 1.** Describir el macro entorno competitivo en el que debe introducirse el producto o servicio de la empresa Materiales Pequintacero F.P en los años 2024 a 2028 enfocado en la creación de las plataformas digitales.
- 2.** Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la empresa Materiales Pequintacero F.P en los años 2024 a 2028 enfocado en la creación de las plataformas digitales,
- 3.** Definir los objetivos estratégicos de la empresa Materiales Pequintacero F.P en los años 2024 a 2028 enfocado en la creación de plataformas digitales.

4. Proponer las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarial y finanzas de la empresa Materiales Pequintacero F.P en los años 2024 a 2028 enfocado en la creación de plataformas digitales

CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

1.1 Análisis del macro entorno (PESTEL).

2.1.1. Entorno político

(Kast, 1988) "...la administración estratégica y la administración con enfoque de sistemas consideran al entorno político como un factor de importancia a considerar para la adecuada dirección de una organización...". (p.1).

En este mismo sentido, se puede decir que el entorno político es un elemento externo de la empresa, pero que igual forma es de gran importancia ya que conlleva que las normas, las leyes, así como también la cultura y la parte política se vean afectadas en Venezuela por una crisis política, en donde se denota la corrupción política, afectando indirectamente a la empresa por posibles corrupciones de gobiernos.

2.1.2. Entorno económico

Al hablar del entorno económico es el desarrollo ya existente para los individuos ya sean para personas naturales o jurídicas, los cuales se dividen en dos en microeconómico donde se refleja la economía del individuo y macroeconomía la cual es utilizada en la economía de las naciones, haciendo referencia en la economía venezolana expresa (León, 2018) "no obstante, que entre 2013 y 2021 la economía venezolana se contrajo en 75% y que en el último año apenas hubo un crecimiento de entre 6% y 8%",(p.6). Con respecto a lo anteriormente mencionada se puede destacar que Venezuela está atravesando muchos desequilibrios económicos donde se refleja la elevada inflación, donde se ven afectadas las empresas por la inflación de los precios, ya que

al hacer las compras de los inventarios son en divisas dando como resultado un precio elevado para el consumidor final.

2.1.3. Entorno social

El entorno social se puede expresar como todas las creencias, costumbres, prácticas de una sociedad. En la actualidad Venezuela atraviesa un decaimiento social que se desglosa a través del desempleo y migración alta (Malaver, 2016) expresa; "...La migración de venezolanos al país ha aumentado año tras año alcanzando cifras importantes. Casi dos millones ochocientos mil nacionales del país vecino han llegado desde el año 2003..." (p.3). Así mismo se destaca la gran problemática en cuanto a las condiciones en las que se vive en el país, donde se aprecia el flujo de los venezolanos a los países cercanos, siendo unos de los más tocados la Republica colombiana y en la actualidad los EEUU con el objetivo de una mejor condición de vida con el fin de mejorar su entorno social.

2.1.4. Entorno tecnológico

Con respecto a este aspecto es evidente que Venezuela se ha quedado por debajo del desarrollo tecnológico, ya que esta misma en otros países va más avanzada. Cabe recalcar (Carbero, 1998) dice "...Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a medios básicos..."(p.198). Esto quiere decir que el internet es la base así como también la mejora de una buena tecnología, en el caso de este país específicamente en el estado donde se encuentra la empresa Materiales Pequintacero no ha avanzado en Marketing por problemáticas tanto de energía, no cuentan con un buen internet como el buen uso de las TIC.

2.1.5. Entorno ecológico

La ecología es la ciencia que se encarga de estudiar la relación que existe entre los seres vivos y su entorno (Suarez.L, 2021) expone "...2020 fue un año repleto de cambios. La pandemia ha impactado directamente sobre el comportamiento de los mercados y el consumo en muchos sectores, también en el sector ecológico..." (p.1). Donde se puede decir que este aspecto se refleja claramente en Venezuela donde se han realizado grandes e indiscriminadas talas de reservas forestales para dar paso a las construcciones de industrias y ciudades afectando la ecología.

2.1.6. Entorno legal

(Torres, 2022), afirma que

El SENIAT establece que las empresas contribuyentes especiales deben hacer la declaración y el pago del IGTF de 3% de forma quincenal, pero al final el tributo lo terminaran pagando los consumidores si la operación es en divisas. La empresa se enfrenta a que no todas las maquinas fiscales permiten reflejar el impuesto en las facturas. (p.1).

Venezuela en el día se rige por leyes y organismos que hacen cumplir los trámites que deben realizar todas las empresas para trabajar como lo exigen las instituciones gubernamentales, para ello se realiza un proceso legal para poder realizar operaciones comerciales de manera satisfactoria.

2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Se trata de una herramienta que posibilita llevar a cabo un análisis externo de la gestión de la entidad. Su objetivo es evaluar las oportunidades como también las amenazas más relevantes en cada área, con el fin de desarrollar estrategias que aborden, mejore y fortalezcan los procesos externos.

Tabla 1
Matriz MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
Crecimiento del sector de la construcción	0.01	2	0.02
Calidad de servicio en cuanto atención al cliente	0.1	3	0.3
Horarios flexibilizados para facilidad del cliente	0.1	3	0.2
Fuente de empleo mediante sucursal	0.1	2	0.2
Visualización de mejoramiento y extensión de la ferretería	0.1	2	0.2
Calidad de los productos	0.02	2	0.04
Desarrollo urbanístico	0.2	3	0.6
.			
Amenazas			
La disponibilidad de la energía eléctrica no es favorable para la empresa	0.1	2	0.2
Surgimiento de nuevos competidores	0.1	2	0.2
El alto costo de los productos por la crisis económico	0.1	2	0.2
Competidores que dan más promociones y usan más el marketing	0.05	2	0.1

Falta de innovación	0.02	3	0.06
Cercanía a la frontera colombiana por la competencias de precio	0.05	3	0.3
Disponición de un internet de buena calidad	0.05	2	0.1
Totales	1		2.72

Fuente: Adaptado al modelo de D'Alessio (2008)-Materiales Pequintacero F.P (2023)

2.2 Análisis del micro entorno del sector: Fuerzas de Porter.

2.2.1. Negociación con proveedores

(Perez, 2016) "...La negociación con proveedores se ha convertido en un arte. Quien lo domina consigue satisfacer sus propósitos relacionados con el ahorro..." (p.1) esto quiere decir que la empresa Materiales Pequintacero debería consolidar ambas partes en cuanto a su administración, no se pone en riesgo el inventario, creando confianza y la seguridad, manteniéndose estable gracias a los proveedores creando así un equilibrio entre ambas partes.

2.2.2. Negociación con clientes

Negociación con lo clientes es la actividad de atraer nuevos usuarios estableciendo un vínculo, una relación duradera que permita que tenga impacto con los futuros consumidores, garantizando un buen servicio que se quiere brindar y calidad de productos facilitando a los consumidores la oferta de valor en cuanto a precios accesibles.

2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes

Las competencias y rivalidades entre empresas son muy frecuentes y un factor importante, ya que tienen como finalidad subastar ofertas en cuanto a materias primas y productos utilizando técnicas competitivas de innovación como los son ofertas en cuanto a los productos de innovación de nuevas tecnologías para mayor comodidad de los clientes, entregas a domicilio, pedidos online y batallas de marketing. Si se maneja de forma sana este tipo de competencias favorece el desarrollo de las empresas.

La empresa Materiales Pequintacero tiene gran competencia con otras compañías en cuanto marketing ya que esta no tiene ninguna plataforma digital que pueda tener más impacto o acceso directo con los clientes y también con productos de innovación que han tenido reconocimiento por su fácil manejo y reducción de gastos por lo tanto encuentra rivalidad en:

Publicidad y marketing

Productos de innovación

Fidelización de clientes / imagen de marca

En vista de la gran competencia en el mercado la empresa Materiales Pequintacero ha venido preparando estrategias publicitarias para defender su posición ante competidores: Ferretería Richard F.P y Ferretería Lijerca C.A, entre otros.

2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Se refiere a productos innovadores de calidad inferior, pero la cual cumple con la función. Aunque no son exactamente iguales, se consideran productos sustitutos, no idénticos. Estos artículos los eligen por motivos económicos, ya que ser menor calidad hacen que sus precios sean mas asequibles, permitiéndose ajustar a un presupuesto reducido. Cabe recalcar que la calidad de estos no alcanza la excelencia del original.

En el contexto de la organización bajo estudio, se puede ilustrar este concepto. Por ejemplo, si la demanda de estructuras pesadas para techos no es tan comercial, esta podría ofrecer alternativas de densidad de calidad inferior al original/

2.2.5. Entrada de nuevos competidores

Las recientes compañías rivales entran al mercado tratando de dar una buena impresión al cliente dando como ofertado nuevos productos, empleando la actualizaciones modernas y estéticas siendo estas una mayor amenaza para esta.

Se puede dar como ejemplo un competidor para la ferretería que seria Ligerca C.A, es una constante amenaza para la empresa en estudio, aunque el fuerte de esta es la oferta de tuberías en PVC

2.2.6. Nivel de atractividad de la industria

La gama de productos y oferta de materiales de construcción siendo su mayor aliado, pero aun así ofrecen todos los productos de ingeniería como herramientas para elaborar trabajos de remodelación así mismo materiales pequeños como cemento, bombillos, cables, tubería, laminas y mucho más. Esto hace que los usuarios consigan todo lo necesario en un solo sitio para el desarrollo de sus actividades.

2.2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Herramienta empleada para el diagnóstico de los factores que manejan en la parte interna arrojando como resultado las fortalezas que emplean una organización como también las debilidades. La cual se utiliza para la elaboración de estrategias que ayuden a disminuir esas debilidad y volverlas en fortalezas para el crecimiento interno de cada una de las organizaciones.

Tabla 2
Matriz MEFI

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Fortalezas			
Los productos son de buena calidad	0.01	2	0.04
El dueño maneja esta rama.	0.1	3	0.3
Excelente calidad de servicios	0.2	3	0.03
Cuenta con un contador calificado	0.1	2	0.03
Permiten el cambio del artículo o devolución	0.1	2	0.2
La ferretería busca mantener una afinidad con los compradores	0.02	2	0.15
.			
Debilidades			
Baja participación en el marketing	0.1	2	0.4
No existe algún plan actual para crear una red	0.1	2	0.5
Poco presupuesto para las promociones y publicidad	0.2	2	0.2
Fachada poco llamativa para atraer clientela	0.05	2	0.1
Daño del mobiliario	0.02	3	0.1

Totales

1

2.05

Fuente: Adaptado al modelo de D'Alessio (2008)- Materiales Pequintacero (2023)

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

3.1 Modelo de negocio CANVAS.



Figura 2 Modelo de negocio CANVAS (Materiales Pequintacero F.P)

Fuente Elaboración propia

El Modelo CANVAS es una herramienta donde se puede describir como la empresa proporciona y capta el valor de esta misma. Es totalmente visual ya que es un diseño de modelo de negocio donde se expone distintos elementos. Como lo vendría siendo los socios claves, que son todos aquellos que dan el valor de comercialización la empresa. La actividad clave es aquella que se muestra que servicio ofrece, la propuesta de valor y la segmentación de cliente, así atrayendo más personas.

En este mismo contexto, se haya los elementos esenciales que son requeridos para la ferretería sea más eficiente. Es crucial destacar que el personal talentoso juega un papel

significativo en la empresa. Los canales, por otro lado, son la herramienta que se emplearán para atraer a nuevos clientes, utilizando tanto la tienda física como los recursos digitales. La estructura de costo revela los gastos asociados con esta, pero siempre garantizando un margen de ganancia. Mientras que la fuente de ingreso se centra en la venta de los productos aquí ofertados, este diseño muestra un enfoque visual, permitiendo así la observación del enfoque del modelo de negocio.

Comenzando con el cliente como punto de partida, la segmentación de clientes se presenta como una herramienta adaptable, susceptible a modificaciones durante la elaboración.

Cadena de Valor



Figura 3 Cadena de Valor de PORTER (Materiales Pequintacero F.P)

Fuente Elaboración propia

Esta examina a profundidad las tareas de la compañía. Según (Porter, 1980) “ ...es una herramienta que permite analizar actividades de una compañía y determinar qué valor aporta ” (p.1). La cual reflejan las actividades empresariales o mejor dicho las actividades necesarias para crear el valor a sus productos o servicios.

3.2 Análisis funcional de la empresa.

3.2.1. Gerencia de la empresa

Esta expresa que cada compañía tiene una diferente cultura y estructura, donde se elabora de forma de dirigir y administrar una organización. La empresa Materiales Pequintacero, se encargará de buscar que su empleado ponga a la práctica las aptitudes de talento, la transparencia en su trabajo y el buen juicio de forma que obtenga resultados favorables para esta misma, de esta forma se forjará la dedicación y el empeño del empleado logrando así llegar alcanzar grandes resultados permitiendo gestionar una buena organización entre dueño y empleado.

(Chandler, 1962) “... la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesaria para llevar a cabo estas metas” (p.25) Esto quiere decir, que la buena disolución de las tareas a los empleados dará como resultado lo esperado. Asimismo, la estructura de la gerencia empresarial se dirige por una serie de pasos el cual los hace llegar al objetivo deseado, los cuales son, como principal es el diseño de un plan para la empresa de las cuales se darán diferentes funciones y responsabilidades dentro de la empresa, el segundo es la relación entre las distintas funciones, donde se debe organizar de forma eficaz y lógica y la tercera es el nivel de autoridad dentro de la compañía dando como objetivo la mejor de decisión de forma coherente.

3.2.2. Recursos humanos

La base de una empresa la hace el talento humano, quien es el que hace vida de esta misma, para que así mismo la empresa funcione de manera correcta, contar con el departamento de recursos humanos es imprescindible ya que dará el buen funcionamiento de la empresa. Donde se refleja que el humano es la parte esencial de la empresa al momento de elaborar o gestionar los objetivos deseados llegando alcanzar la meta planteada desde un inicio.

(Chiavenato, 2009)

El conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño (p.4).

3.2.3. Investigación y desarrollo

La investigación y el desarrollo hace énfasis a una serie de actividades empresariales, estas suelen ser para crear nuevos productos innovadores, para el desarrollo y crecimiento de la empresa, permitiendo está el surgimiento y que sobreviva en el mercado. (Pierre, 1989) "...la investigación se extiende como todo proceso de búsqueda sistemática de algo nuevo, se trata de actividades intencionales y sistemáticas que llevan al descubrimiento y a la intervención de algo nuevo". Así mismo se puede decir, que es un proceso que ayuda a el descubrimiento de nuevos artículos o mejoramiento de los ya existentes, la cual se hace de una forma sistemática con el fin de aumentar el comercio. Por ende, los resultados obtenidos serán una ayuda a la gestión y administración de la empresa al abordar las oportunidades.

3.2.4. Finanzas

Las finanzas son importantes para una empresa, ya que estudia el intercambio del capital. Es una rama de la administración que se ocupa totalmente de los recursos financieros de una empresa o compañía, esta herramienta fundamental, analiza todos los recursos, como ahorrar, cuando invertir, de forma segura y eficaz y sin ningún tipo de riesgo, de esta manera según

(Freije, 2006) señalan

Las finanzas tratan de la eficiencia, y que esta última crea valor, pero que ese valor no debe ser únicamente para quienes ostentan riqueza sino también para que no las tienen. Esto se logra adaptando un planteamiento pluralista en el cual todos los partícipes sociales se beneficien de esta creación de valor. (p.3).

En la empresa Materiales Pequintacero F.P juega un papel fundamental, ya que estas herramientas, son clave para el negocio, no solo nos enseñan a invertir, sino también como ahorrar y administrar todos los recursos.

3.2.5. Logística y aprovisionamiento

La logística y aprovisionamiento, es anticipar todas aquellas necesidades que tenga la empresa, es expresar y planificar por medio de las compras. Asegurándose de cancelar lo que se recibe de los materiales, para llevar a cabo su actividad de ventas, garantizando un buen funcionamiento de las operaciones. En resumen, todo esto se define en 3 puntos fundamentales como lo son primero la adquisición de mercancía, es toda lo relacionado a la compra ajustada a buen precio y excelente calidad, segundo el almacenaje, donde es llevados los productos para que se mantengan en buen estado hasta que sean exhibidos y la tercera es gestionar el inventario ver la cantidad de productos existente para la comercialización y venta.

Según (Ballou, 1991), define la logística empresarial como “...todas las actividades relacionadas con el traslado, almacenamiento de productos que tienen lugar entre los puntos de adquisición y los puntos de consumo...”. (p14) en la empresa materiales Pequintacero es de gran importancia la logística y aprovisionamiento porque reduce los costos de operación debido a que no se invierte en transportar los productos, mantiene un orden en los pedidos manteniendo control en las compras.

3.2.6. Operaciones

Acerca de las operaciones en la empresa, esta posee un campo extenso de aplicación, forman una parte vital en la productividad, elevándola, además analiza las funciones de las operaciones y las relaciones que tengan con la empresa. Podríamos decir que son las formas de hacer las cosas dentro de ella, de tal manera que permitan ofrecer un buen servicio o vender algún producto para la satisfacción de los clientes.

(Schroeder, 2005) “...El área de operaciones tiene la responsabilidad de suministrar el producto o el servicio de la organización. Los gerentes de operaciones toman decisiones respecto de la función de operaciones y sus relaciones con otras funciones” (p.6). en cuanto a la empresa Materiales Pequintacero F.P hace que haya un mejor control y organización sumando las actividades necesarias cumpliendo con el objetivo de ventas y para así obtener el cumplimiento de las necesidades de los clientes.

3.2.7. Marketing y ventas

(Philip, 2006). Conocido como el padre del marketing moderno, define el marketing como “... la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro...” (p5). El marketing y las ventas son herramientas fundamentales,

que van de la mano, se definen como estrategias para captar los clientes, y aumentar las ventas, creando un así un feedback y asumiendo la tarea de seducir los clientes y garantizando las ventas recibiendo incentivos para lograr su productividad. Resulta imposible separar el marketing de las ventas, ya que estos suelen verse como un engranaje y para la empresa sea más rentable y se adquiera ingresos y beneficios.

3.2.8. *Servicios postventa*

El servicio postventa es el proceso que hace todo cliente, que es dar por terminada la compra, su objetivo principal es complacer a los usuarios, teniendo la mejor relación para que así, deje una imagen acertada de la empresa. Cabe destacar que este servicio no solo es al finalizar la compra, también incluye las instalaciones de equipos o productos, domicilios entre otros.

(Omana, 2017)

En este proceso el comportamiento post-compra es fundamental, este se debe retroalimentar de un buen servicio postventa, es decir, el proceso comercial continúa más allá del acuerdo con el cliente y del cierre de la venta, y debe recoger, por tanto, un apartado en el que se siga dando (un buen) servicio al cliente. (p.7).

Para la empresa materiales Pequintacero es muy importante ya que captar la atención del cliente es nuestra prioridad, brindándole siempre confiabilidad y seguridad.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2024 – 2028

4.1 Objetivo general 2024 a 2028

Implementar un plan estratégico para situar a Materiales Pequintacero, F.P en el mercado, mediante el desarrollo de un plan estratico de ventas digitales, atrayendo más clientes en los años 2024-2028, enfocado en la optimización del área de marketing.

4.2 Objetivos estratégicos 2024 a 2028

1. Incrementar las ventas totales desde un 5% anual promedio con tendencia al aumento desde las ventas del 2024 a 2028
2. Incrementar los niveles de rentabilidad en a partir de un 10% anual con tendencia hacia al crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028
3. Determinar la viabilidad del plan estratégico de negocio en un horizonte de 4 años.
4. Realizar la marca de empresa a través de las redes sociales como estrategia de marketing.
5. Realizar el 30% de las ventas por el canal e-commerce (comercio electrónico) en un plazo de 4 años.

4.3 Análisis de los Objetivos estratégicos 2024 a 2028.

Con una buena organización y planificación de la estrategia a implementar se puede adecuar para poder estudiar cual es la mejor alternativa que puedan llegarse a ejecutar. El plan estratégico elegido para Materiales Pequintacero F.P, se caracteriza como un comercio distinto a todos y el cual carece la necesidad de las distintas herramientas digitales y estudiar la propuesta y

dar repuesta. Esta misma puede elaborar un diseño según las necesidades que los compradores potenciales para así poder ayudar al incremento de ventas en un periodo de 4 años.

1. Incrementar las ventas totales desde un 5% anual promedio con tendencia al aumento desde las ventas del 2024 a 2028

Con la iniciación de una página web Materiales Pequintacero F.P; tener productos de buena calidad no quiere decir que son lo ideal para vender, lo recomendado es elegir una estrategia definida y estructurada par mejor las ventas. La idea es presentar los productos de manera idónea, colocándose en el lugar del consumidor, con la intención de mostrar no solo el producto sino los beneficios al comprar en esta empresa, escuchando sus necesidades y opiniones para así mejorar. La intención es aumentar un 5% el promedio de ventas en 2024y así progresivamente, logrando ser unos de los mejores en su región.

2. Incrementar los niveles de rentabilidad en a partir de un 10% anual con tendencia hacia al crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028.

Materiales Pequintacero F.P, para incrementar la rentabilidad necesitara conseguir o atraer más clientes, nuevos consumidores; para conseguir esto se hará mediante promociones y descuentos, esto se usará a través de medios de publicidad a nivel de todos los medios digitales, como el radio, televisión, Instagram, Facebook y todas aquellas plataformas que ayuden a crecer el conocimiento de esta empresa y que servicio ofrece. Dándose a conocer a toda su zona y

ofreciendo todo su servicio de ferretería y materiales de construcción, con el objeto que frecuenten más la tienda y los nuevos se vuelvan clientes habituales.

3. Determinar la viabilidad del plan estratégico de negocio en un horizonte de 4 años.

Se debe realizar balances generales, donde se pueda observar en qué posición se encuentra la entidad y así poder determinar la viabilidad, pero así también los balances de estado de resultado, estado de ganancias retenidas y el flujo de dinero, esto quiere decir, que nos ayudara para ver si la empresa está en buen estado financiero, pero así mejorar las estrategias para crecer en un periodo de 4 años. Para esto se debe escribir todas las metas y objetivos que se desean alcanzar en el tiempo definido determinando la factibilidad y la sostenibilidad del negocio.

4. Desarrollar la marca de empresa a través de las redes sociales como estrategia de marketing.

A partir del surgimiento del uso de las redes socio-digital, se han vuelto tan esenciales para el día a día. Por ende, es tan importante que cada empresa tenga su propia marca para hacerse conocer a mayor escala. Ya que por este medio se permite hacerse a conocer por nuevos consumidores y así mejor las ventas de los artículos o servicios que ofrecen las empresas. Estas plataformas permiten muchas cosas, como la interacción con nuevos compradores, atención desde la comunidad de la casa, anunciar algún producto u oferta y poder saber que piensan la gente de la empresa.

Un punto positivo de esta es que las personas pueden interactuar, comentar, compartir y enviar mensajes, indagando que precio o si el producto que necesitan lo tiene en existencia la empresa. Desde este punto de vista la empresa Materiales Pequntacero F.P, necesita el uso de las TIC para aumentar y hacer conocer su marca y agradar los consumidores y las ventas.

5.Realizar el 30% de las ventas por el canal e-commerce (comercio electrónico) en un plazo de 4 años.

Es la nueva manera de hacer compras. Pero este medio se tiene que estudiar cual es el comercio del producto que se desea ofrecer, según a lo que se estudia en esta investigación de los productos de ferretería y materiales de construcción; de manera tal que se haga una página web, destacando los productos que se ofrecen y todos los beneficios que el consumidor puede adquirir por las compras.

Por eso se deben averiguar qué tipo de imágenes son las correctas de subir en la plataformas, ya que la entidad no cuenta con un área de marketing se deben hacer publicidad orgánica, que expresa que la ferretería es la que trabajar para que las distintas personas lleguen a sus sitios red, de manera que entre más seguidores tengas más confiable sea la página y así dar seguridad si algún comprador desea utilizar las plataforma para hacer sus compras, es algo consecutivo un trabajo diario, para hacer crecer su audiencia; ya que deberán subir todos los días publicaciones, estados y demás para atraer más público.

CAPÍTULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la estrategia

Es una herramienta importante, que permite realizar a las empresas, mediante una consecuencia sistemática de desarrollo para alcanzar un objetivo en cuanto a su gestión en la toma de decisiones. En este se diagnostica lo problema y se ejecutan o formulan distintas estrategias que ayudaran a la reducción de lo que este afectando.

La empresa Pequintacero es fundamental ya que inicia informando estrategias, ayudando a la elección de decisiones, y distribución de recursos para que cause un impacto en la organización y puedan solventar las situaciones que se presenten en el día a día y por consiguiente al futuro.

5.1.1 Matriz FODA cruzada (MFODA)

La matriz cruzada es importante que permite combinar los factores internos y los factores externos identificados en el análisis FODA, son utilizadas dentro de las organizaciones con el objetivo de tomar mejores decisiones, para elaborar este tipo de matriz se deben tomar en consideración las estrategias o acciones para confrontar con éxito las variables, para hacerlo posible en la empresa Materiales Pequintacero, al comparar las fortalezas y oportunidades se da el FO que se clasifica como ofensivo, entre mejor se haga la combinación se puede obtener mejores estrategias que ayuden a la entidad. Entre fortalezas y amenazas da FA que expresa el ajuste, esto permite eliminar los riesgos y amenazas y dar mejor uso de las fortalezas.

Las debilidades y oportunidades generan DO que da como resultado defensivo, en la que se obtendrá estrategias que ayuden a minimizar la competencia. Entre debilidad y amenaza da como resumen el DA que significa sobrevivir; esta es implementada para posicionar a la empresa

en el mercado. Todas las estrategias que surgen al integrar todas estas que ayudaran a llevar al éxito la empresa.

Tabla 3
Matriz FODA Cruzada (MFODA)

<p>MATRIZ FODA</p> <p>EMPRESA</p> <p>MATERIALES</p> <p>PEQUINTACERO</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibles extensiones de sucursales. • Variedad de artículos • Ayuda al cliente • Precios justos • Calidad y confiabilidad que respaldan nuestros productos • Si los clientes no les gusta lo adquirido pueden devolverlo sin tener gastos 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco presupuesto para publicidad • Ausencia de incentivos • No ejecutan las TIC • Productos con déficit desde fabricación • Punto de ubicación no recomendable • Baja participación en los mercados regionales
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del sector de la construcción • Calidad de servicio en cuanto atención al cliente • Horarios flexibilizados para facilidad del cliente • Fuente de empleo mediante sucursal • Visualización de mejoramiento y extensión de la empresa 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la variedad de productos, realizar un portafolio con bajos precios para atraer nuevos clientes o constructoras. • Aprovechar las negociaciones con nuevos proveedores de materiales para la distribución a pequeñas constructoras 	<p>Estrategias DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de marketing que atraiga las constructoras, el mercado inmobiliario y pequeñas remodelaciones. • Aumentar los canales de distribución dirigiéndose a las constructoras ganando así a más clientes • Certificación de los productos para aumentar la competitividad es este sector.

<ul style="list-style-type: none">• Calidad de los productos• Desarrollo urbanístico		
---	--	--

<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La disponibilidad de la energía eléctrica no es favorable para la empresa • Surgimiento de nuevos competidores • El alto costo de los productos por la crisis económico • Competidores que dan más promociones y usan más el marketing • Falta de innovación • Cercanía a la frontera colombiana por la competencia de precio • Disposición de un internet de buena calidad 	<p style="text-align: center;">Estrategias FA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la gran variedad y calidad de lo que ofrece Materiales Peqintacero F.P para evitar el bombardeo de ofertas de otras ferreterías. • Aprovechar las negociaciones con los nuevos promovedores para mantener un costo de venta más bajo que otras empresas 	<p style="text-align: center;">Estrategias DA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usar la calidad del artículo como beneficio para la venta, donde el cliente elija un producto no por su precio si no por la calidad. • Incluir el plan de marketing
--	---	--

Leyenda: = Desarrollo de productos; = Mercado; = Enfoque de costos; = Diferenciación

Fuente: Materiales Peqintacero F.P

5.1.2. *Matriz Interna – Externa (MIE)*

La matriz Interna y Externa representa un conjunto de elementos para evaluar a una organización o empresa, tomando en consideración la parte interna, que maneja lo que son las fortalezas y debilidades. En el entorno externos se reflejan lo que son las oportunidades y amenazas. En este orden de ideas esta matriz que evalúa tanto la parte interna y externa de una compañía, donde se debe tomar en cuenta tres fases, como primer lugar se da la entrada de datos, en segundo lugar, se obtiene la conciliación y por ultimo fase se da la decisión. Estas tres fases o etapas a ejecutar nos darán una mejor idea de la formulación de las distintas técnicas y estrategias para ejecutar.

La matriz interna-externa de la ferretería Materiales Peqintacero F.P se proyecta sobre el valor total de la matriz MEFI sobre el eje X y el matriz MEFE en el eje Y.

Tabla 4
Resumen MEFE y MEFI

Matriz	Resultado
MEFE	2.72
MEFI	2.05

Fuente: Materiales Peqintacero F.P

En la tabla anteriormente expuesta se obtiene los totales de la matrices, MEFI para la Materiales Peqintacero F.P es de 2,05 este valor se expresa en el eje “X” (horizontal) y en MEFE es de 2,72 el cual se expresa en el eje “Y” (vertical)

Tabla 5
Matriz Interna – Externa

	4	3	2	1		
3		I	II	III	2,72 Matriz Externa	Crecer y construir
2		IV	V	VI		Retener y mantener
1		VII	VIII	IX		Eliminar o desinvertir
		2,05 matriz Interna				

Fuente: Materiales Pequintacero F.P

5.2 Selección de la estrategia

5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Las estrategias son utilizadas para evadir algún problema o necesidad, el objetivo es una idea determinada y ajustable que un socio o la organización encargada pueda persuadir todas aquellas carencia que tenga un propósito empresarial. Mientras que una estrategia, es poner en práctica y lograr ese objetivo propuesto.

Tabla 6
Matriz de estrategias vs objetivos estratégicos

<p>Objetivos estratégicos</p> <p>Estrategias</p>	<p>Incrementar las ventas totales desde un 5% anual promedio con tendencia al aumento desde las ventas del 2024 a 2028</p>	<p>Incrementar los niveles de rentabilidad en un 10% anual con tendencia hacia al crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028</p>	<p>Determinar la viabilidad del plan estratégico de negocio en un horizonte de 4 años.</p>	<p>Realizar la marca de empresa a través de las redes sociales como estrategia de marketing.</p>
<p>Aprovechar la variedad de productos, realizar un portafolio con bajos precios para atraer nuevos clientes o constructoras.</p>	<p>X</p>	<p>x</p>	<p>X</p>	<p>X</p>
<p>Aprovechar las negociaciones con nuevos proveedores de materiales para la distribución a pequeñas constructoras</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	
<p>Diseñar un plan de marketing que atraiga las constructoras, el mercado inmobiliario y pequeñas remodelaciones.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>

Aumentar los canales de distribución dirigiéndose a las constructoras ganando así a más clientes	X	X	X	X
Certificación de los productos para aumentar la competitividad es este sector.	X	X	X	
Aprovechar la gran variedad y calidad de los productos que ofrece Materiales Pequintacero F.P para evitar el bombardeo de ofertas de otras ferreterías.	X	X		
Aprovechar las negociaciones con los nuevos promovedores para mantener un costo de venta más bajo que otras empresas		X	X	X
Usar la calidad del articulo como beneficio para la venta, donde el cliente elija un producto no por su precio si no por la calidad	X	x	X	X
Incluir el plan de marketing	X	x	X	

Fuente: Materiales Pequintacero F.P

5.2.2. Estrategias seleccionadas

Estrategia de Precios

El manejo eficiente del precio es una herramienta crucial que permite de la empresa maximizar sus beneficios. Este debe estar directamente relacionado con el valor del producto y ser atractivo para los clientes. La estrategia de fijación de precios también debe ser gestionada a través del marketing para asegurar una competencia ventajosa en comparación con otras empresas del mismo sector. En la actualidad, los consumidores tienden a elegir producto que satisfacen sus necesidades sin considerar la calidad, centrándose principalmente en los bajos precios, Un ejemplo de ello se evidencia en la preferencia por los productos importados de Colombia ya que estos manejan precios inferiores.

Estrategia de comunicación y variedad de promociones

Es un enfoque estratégico busco potenciar la promoción de los productos que Materiales Pequintacero F.P ofrece. Sin embargo, es lamentable que la empresa carezca de presencia en redes sociales y no tenga programas promociones. A pesar de su antigüedad y reconocimiento en el municipio, resulta imperativo implementar un plan de Marketing innovador que no solo fortalezca su posición actual, atraída a nuevos clientes potenciales. Eso permitiría a la empresa mantenerse al día con las últimas tendencias de mercadeo.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 Plan funcional de marketing

Un plan es una organización de las ideas que se desean implementar para el desarrollo de algo que se desea alcanzar o realizar, en el caso de este punto es la elaboración de cómo se desea ejecutar el marketing, en el caso de esta se crea un plan desde cero puesto que no cuenta con el funcionamiento de este plan.

6.1.1. *Situación actual de la gerencia de marketing*

El país de Venezuela no se encuentra a la vanguardia del desarrollo tecnológico que se manejan a nivel mundial, un ejemplo de ello es que el modo de empleo de Marketing no ha sido explotado en su máxima capacidad, donde se maneja del mercado virtual, esto muestra que el país no demuestre un óptimo del uso de estas plataformas. Asimismo, cabe recalcar que la entidad abordada no utiliza este recurso que es tan esencial para el crecimiento de esta.

Se puede notar que la falta de conocimiento en este ambiente es casi nula, esta entidad no tiene el personal capacitado para crear y manejar este tipo de comercio. En vista a la situación país que vivimos el mismo propietario es el encargado de todas estas áreas, y por falta de tiempo y conocimiento no ejecuta esta medida.

Es por ello que se hace la sugerencia al propietario Materiales Pequintacero F.P, la implantación de estas herramientas para el crecimiento del comercio a nivel no solo regional sino también nacional. Ya que por estos medios puede atraer y captar nueva clientela, así como también nuevos proveedores que permitan ampliar de manera positiva el ramo ferretero.

6.1.2. *Objetivos de marketing*

- Promocionar los productos para atraer a personas a la compra en Materiales Pequintacero F.P.
- Realizar el plan de Marketing estudiando que plataforma es utilizada más en esta rama para la empresa Materiales Pequintacero F.P.
- Crear un sitio web atractivo para ventas de los Materiales Pequintacero F.P llevando a cabo el e-commerce.
- Mejorar la fachada de Materiales Pequintacero F.P siendo llamativa a los clientes circulantes.
- Crear vallas publicitarias de Materiales Pequintacero F.P en los puntos estratégicos.

6.1.3. *Acciones estratégicas de marketing*

Estrategia de cartera

Se trata de los artículos o productos que tiene las entidades para la oferta y vent, para obtener mejor rentabilidad. De esta misma manera esta estrategia nos permitirá conocer cual son los productos más comerciales y rentables, y asimismo enfocarse hacia esos productos.

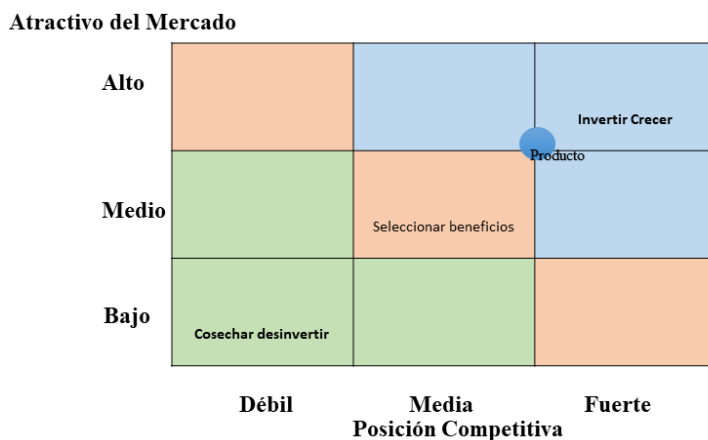


Figura 4 Matriz Mckinsey

Fuente Elaboración propia.

Con esta Matriz refleja que Materiales Pequintacero F.P, se encuentra situado en medio alto y medio fuerte, esto refleja que los productos seleccionados están situados en escoger cuales son los beneficios de estos y esto quiere decir que esta punto estable pero aun así se puede mejor.

Estrategia de segmentación, de posicionamiento y de fidelización

Estrategias que llevara a dicha compañía a la adquisición de los objetivos que se desean alcanzar en el mercado-comercio. Materiales Pequintacero F.P, se diagnosticaría que personas puedan ser nuevos compradores y que carencias se puedan solventar, en el caso de la segmentación visualizar quienes pueden ser los futuros compradores, a quienes están dirigidos los productos que se ofrecen, y como atraer más clientes. Se manifiesta en la mejora de la marca que se desee mostrar a los clientes, en esta se denota lo que es la calidad y precio, que vienen siendo el posicionamiento del producto referente a su calidad y dependiendo de allí el precio que se lanzara al mercado.

Así mismo, se encontrar la estrategia competidora, la que permitirá conseguir una buena posición contra otras. En lado de fidelización se desarrollo herramientas que ayudaran a mantener a los clientes satisfechos, y que de esta misma manera sigan consumiendo aquellos artículos de manera consecutiva, también se puede conseguir los pilares de esta estrategia que serían, el marketing relacional y la gestión del valor percibido.

Estrategia funcional

Se enfasca en las herramientas del marketing, se encuentra el producto, posición, precio y promoción, se debe tener un equilibrio entre estas cuatro partes, en la búsqueda de que los

productivos ofrecidos sean de calidad, para así posicionarlo dentro del mercado competitivo, pero considerando el precio a referencia que manejan todas las empresas de esta misma rama que puedan ser una amenaza para la empresa, como la implementación de promociones para atraer a nueva clientela y que los ya existentes sigan manteniéndose como clientes permanentes, por ello se dice que son el pilar para que una empresa sea buena.

6.1.4. Presupuesto

El presupuesto viene siendo esa herramienta que permite conocer cuáles son los gastos para una meta planeada en cierto periodo de tiempo.

A continuación, podremos observar el presupuesto de marketing

Tabla 7
Presupuesto del plan funcional de marketing

PLAN DE MARKETING	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Acciones							
Agencia de publicidad	Contratación de equipo	\$ 200.00	\$ 200.00		\$ 100.00		\$ 250.00
Compra de inmobiliario y equipo	Computador Celular Router	\$ 950.00	\$ 950.00		\$ 50.00		
Contratación del personal	750 horas x 1 especialista	\$ 1.00	\$ 300.00	\$ 200.00	\$ 150.00	\$ 100.00	
Difusión en redes sociales	Promovedor	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Total		\$ 1,251.00	\$ 1,550.00	\$ 300.00	\$ 380.00	\$ 180.00	\$ 330.00

Fuente: Elaboración propia.

6.1.5 Ejecución de tareas del plan de marketing.

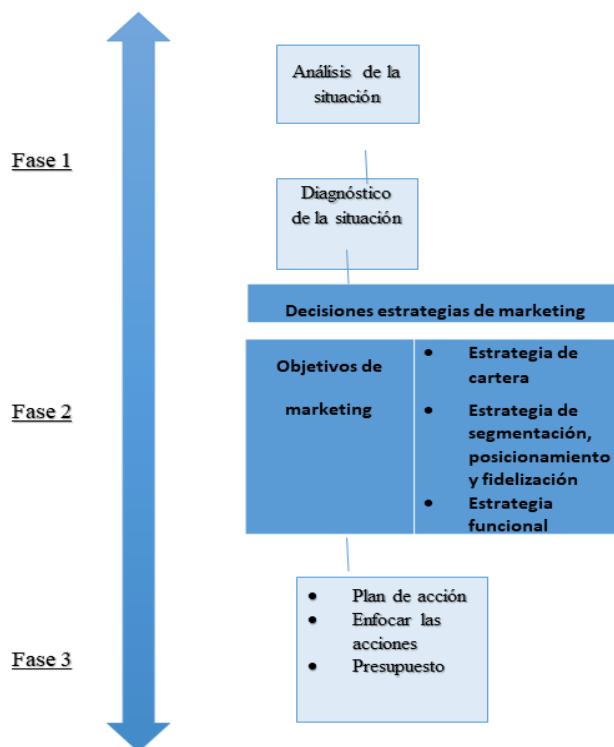


Figura 5 Mapa conceptual de las tareas del plan de marketing

Fuente Elaboración propia

Referente al mapa conceptual elaborado para una fácil visualización de la realización de estas tareas, se puede dividir en 3 fases, en la primera fase se encuentra el análisis y el diagnóstico de la situación actual. En la segunda fase se visualiza los objetivos y las estrategias elegidas para la mejora de esta misma y por último tercera fase donde se busca el plan de acción a ejecutar, el enfoque de las acciones y el presupuesto. Al tener concretados las fases a seguir, arroja el plan general a seguir en esta empresa y así lograr un mayor alcance de las tareas.

6.2 Plan funcional de operaciones.

Se refiere a la realización u organización de las ideas que se desean ejecutar en esta área, para que la organización que se está estudiando tenga conocimiento de todo lo que a continuación se plantea.

6.2.1. Situación actual de la gerencia de operaciones

Se puede decir que juega un papel primordial para detectar las necesidades y las nuevas tendencias. La situación que vive Materiales Pequintacero F.P, carece de una personal capacitado para encargarse de esta gerencia, motivo por el cual el propietario se elabora todas estas actividades-tareas.

Asimismo, la parte gerencial es de gran importancia puesto que es un pilar para el crecimiento de nuevas estrategias y un repunte en los mercados, así como la parte de operaciones las cuales son las encargadas del desempeño de subsanar las necesidades que manifieste la compañía, que se deseen subsanar tanto en corto o largo plazo. Por este motivo es de importancia contar con un sistema de parte interna lo que permitirá mantenerse al margen de esta rama de ferretería.

A nivel nacional todas las empresas han tenido un golpe en esta situación gerencial ya que el gobierno ha dictado ciertas medidas a seguir, por ello muchas de las empresas privadas buscan un personal capacitado de gestionar buenas estrategias que alivien las afectaciones de esta. Por ello se debe tomar en cuenta todo aquello que no permita realizar las tareas como se quiere.

6.2.2. Objetivos de operaciones

- Repuntar ventas en un 10 %.

- Sufragar los gastos que esta incurra.
- Reducir las carencias que esta tenga.
- Promocionar catálogos para los clientes.
- Hacer planificación para el control de la empresa.

6.2.3. Desarrollo de la estrategia de operaciones

Estrategia de costos – capacidad

Cuando se habla de estrategia de costo - capacidad, hacemos referencia a determinar cuál sería los recursos de capital que maneja esta empresa, esta misma trata la reducción de las compras para dar mejores precios en ventas, hasta poder disminuir el margen de la industria de la ferretería. Es por ello que se debe tomar en cuenta distintos tipos de planificación que hagan que la ferretería sea sustentable ya que esta podrían ser líderes en costo, inferiores de productos o servicios semejantes.

Estrategia calidad – procesos

Se puede argumentar que son todos aquellos planes formulados paso a paso para así obtener una efectiva distribución de todos aquellos artículos de Materiales Pequintacero F.P, y a su vez obtener una ganancia efectiva y real, y así permitir que la organización siga compitiendo con el mercado existente en esta rama, y de esta forma llegar al nivel de madurez y evolución que se quiera obtener.

Estrategia de flexibilidad – capacidad

Es la carencia que tiene la entidad en adaptarse a la situación del mercado, según sea su circunstancia. La visualización estructurada de programas de la empresa Materiales Pequintacero

F.P son acordes a su necesidad para así crear un adaptación en el mercado, quien tiene como tarea realizar estrategias para un mejor desarrollo

6.2.4. Presupuesto

Tabla 8

Presupuesto del plan funcional de operaciones

PLAN DE OPERACIONES	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Acciones							
Análisis y evaluación de proveedores	500 Horas x 1 asesor	\$ 10.00	\$ 300.00		\$ 100.00		\$ 100.00
Plan de formación	48 horas x 2 personas	\$ 2.00	\$ 96.00		\$ 100.00		
Plan de formación del personal del área operativa	48 horas x 1 facilitador	\$ 5.00	\$ 240.00		\$ 240.00		
Total		\$ 17.00	\$ 636.00	\$ -	\$ 440.00	\$ -	\$ 100.00

Fuente: Elaboración propia.

6.2.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

Este plan sirve para desarrollar las tareas de operaciones se subdivide en 3 etapas, primeramente se obtiene lo que es el análisis y diagnóstico, en donde se busca cual viene siendo las necesidades y así poderlas solucionar. En segundo lugar, se obtiene lo que son los objetivos que permitirá desarrollar las estrategias en la que se consigue las de costo de capacidad, calidad y proceso, flexibilidad y capacidad, quien dictara la forma correcta de manejar la empresa en la parte

de operaciones gerenciales y finalmente la cual da la toma de acción del plan y así mismo se toma en cuenta el presupuesto para un mejor desarrollo.

6.3 Plan funcional de recursos humanos

Se encuentra cuáles son las necesidades que tiene los empleados de la empresa estudiada, y con la ejecución y el seguimiento del plan solventar todas las carencias que en esta empresa le incurre y con la implementación de este plan mejorar cada detalle y así llevar un mejor desempeño en el trabajo en pro de los beneficiarios que este caso son todos aquellos empleados que hacen vida dentro de las unidades de producción o de venta-comercialización.

6.3.1. Situación actual de la gerencia de recursos humanos

Gerencia de RRHH trata del talento humano y del área del departamento que tiene la empresa sobre esta área, es la encargada de seleccionar y capacitar a los nuevos integrantes de la empresa, puesto que su trabajo es el de motivar, ayudar al personal y aumentar la productividad de ventas en la empresa, ser un recurso bien utilizado los trabajadores darán su mayor empeño.

En la empresa Materiales Pequintacero F.P, no tiene esta área de trabajo puesto que es una organización pequeña, su propietario siempre maneja-controla todas estas áreas, enfocándose en su talento humano ya existente en esta, como así cuidando que el trabajador tenga la mayor disposición para ejercer sus actividades y atender de la mejor manera a todo aquel que acuda a esta ferretería, aunque la ferretería no disponga de esta. Se puede expresar que esta se orientada a ejercer todo lo gerencia de RRHH.

Los recursos humanos son la base para que una organización sea todo un éxito, aunque la ferretería en estudio no posee el área están bien enfocados en realizar todas las actividades, ya que ellos mismos son los encargados de gestionar cada actividad como es la selección, contratación,

preparación y orientación en este ambiente laboral, y así este apto para ejecutar el puesto de trabajo a todo aquel trabajador que llega a esta empresa.

6.3.2. *Objetivos de recursos humanos*

- Gestionar un área de recursos humano.
- Buscar un especialista en recursos humanos.
- Diagnosticar que el empleado este bien remunerado según sus horas laborales.
- Motivar al empleado a mejorar su trato usuarios y así obtener mejor rentabilidad.
- Brindar conocimiento al personal de todos sus derechos y deberes.

6.3.3. *Estrategias*

- Objetivo: Gestionar un área de recursos humano.

Estrategias: Esta área necesitar tener un espacio habilitado para que el especialista este cómodo al momento de realizar sus actividades solo o con el personal de la empresa.

- Objetivo: Buscar un especialista en recursos humanos.

Estrategias: Que la persona seleccionada sea amable y responsable, Y cumpla con su trabajo en las horas estipuladas y que esté dispuesto ayudar al empleado en todas sus dudas.

- Objetivo: Diagnosticar que el empleado este bien remunerado según sus horas laborales

Estrategias: Ya que esto hará que el empleado realice sus actividades de manera motivada y realice las actividades, esto se realiza a base del estudio del salario en la región y las ganancias de la empresa.

- Objetivo: Motivar al empleado a mejorar su trato a los usuarios y así obtener mejor rentabilidad.

Estrategias: Se deberá realizar una capacitación sobre la atención al cliente, que ayudara al empleado a mejorar sus habilidades de venta y de trato a las personas que acudan a la ferretería.

- Objetivo: Brindar conocimiento al personal de todos sus derechos y deberes.

Estrategias: Teniendo RRHH el empleado podrá conocer todo referente a lo que está en su derecho.

6.3.4. Presupuesto

Presentando el presupuesto de Materiales Pequintacero F.P. Que se trabajara en un periodo de 5 años.

Tabla 9

Presupuesto del plan de recursos humanos

PLAN DE RECURSOS HUMANOS	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Acciones							
Compra de inmobiliario y equipo	Escritorio Papelería Computador	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 50.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 60.00
Ambientación de un área	Contratación de constructora	\$ 250.00	\$ 250.00				
Contratación de personal capacitado en el área de recursos humanos	1 persona x horario oficina	\$ 0.50	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00
Capacitación del empleado	72 horas x 1 facilitador	\$ 2.00	\$ 144.00				
Total		\$ 902.50	\$ 1,764.00	\$ 770.00	\$ 940.00	\$ 940.00	\$ 960.00

6.3.5 Ejecución de tareas del plan de recursos humanos

Al instante de la ejecución del plan de tareas del área, tres funciones primero el análisis y diagnóstico donde se muestra que dicha empresa no tiene a la disposición de esta, se le brindo el conocimiento al propietario para que lo ponga activa. Consiguiente, siguen los objetivos de recursos como la planificación las estrategias que se desglosan anteriormente, como es la inversión de esta y colocar en marcha los objetivos planteados anteriormente y la propuesta de presupuesto.

6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

6.4.1. Situación actual de la RSE

El RSE es la situación social donde tiene un aporte con la sociedad, hacia el entorno evitando la contaminación, reduciendo el uso del sistema eléctrico, usando los materiales que sean reciclados, ayudando a dar un impacto favorable al entorno que lo rodea. En la empresa Materiales Pequintacero F.P, no son fabricantes no hacen contaminación ambiental.

Ya que el medio de trabajo de ellos es la comercialización de productos hechos de su rama de ferretería, pero aun así colaboran con el ambiente, evitando los materiales toxicas para el ambiente, contribuyendo con el municipio y del frente de ella para tener mejor presentación. Ya que en la empresa tiene como obligación de apoyar y ejecutar el valor de mantener un entorno favorable para la gente. Aunque la empresa en estudio no usa este medio como un impacto principal, aun así, hacen el uso del manteamiento y ayuda de la preservación

Así como las gobernaciones tiene responsabilidades así mismo las impone a la empresa tanto privado como públicas, en busca de generar una conciliación en el cuido y cumplimiento de todas las obligaciones impuestas por la ley, ya sean conservación o mantenimientos y ayudas a

obras benéficas, puesto fortalecerá la imagen ante los entes gubernamentales y manipules, pero en especial a la población que allí se encuentra.

6.4.2 *Objetivos de RSE*

(Wright, 2008) "...situación donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley..."(p.10). Es por ello que se expresa que la entidad en estudio cumple con las normativas legales que los gobiernos imponen para el comercio de los rubros con que cuenta.

Tabla 10
Objetivos de RSE

Objetivo	Indicador	Metas propuestas			Fuentes de información
		Corto Plazo (1 Año)	Mediano Plazo (2-3 años)	Largo Plazo (4-5 años)	
Propiciar prácticas de sostenibilidad ambiental	Practicar anuales	X	X	X	Interna y externa
Crear un plan de limpieza de la zona de la empresa.	Limpiezas Mensuales	X	X	X	Interna y externa
Implementar el uso de bombillo ahorrativos.	Implementación interna		X	X	Interna
Colocar papeleras de clasificación de desechos.	Empleados Proveedores		X		Externa
Implementar el uso de bolsas ecológicas	Porcentaje de productos vendidos			X	Interna

6.4.3. Actividades de RSE

(Friedman, 1970)“...la responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios...” Por ende necesita ejecutar ciertas estrategias para le mejora de si misma, y el beneficio que obtenga la empresa sea más efectiva.

Tabla 11
Estrategias De RSE

Estrategias	Objetivos				
	Propiciar prácticas de sostenibilidad ambiental	Crear un plan de limpieza de la zona de la empresa	Implementar el uso de bombillo ahorrativos.	Colocar papeleras de clasificación de desechos.	Implementar el uso de bolsas ecológicas
Participar de manera directa en la siembra y conservación de los pulmones vegetales de la ciudad.	X	X			
Suministro de materiales ecológicos para la recolección y clasificación de desechos (papeleras, bolsas ecológicas, caja reciclaje).				X	X
Concientizar la implementación de bombillos ahorrativos tanto en la empresa como a los clientes.			X		
Participar de manera directa en la siembra y conservación de los pulmones vegetales de la ciudad.	X				

6.4.5. Ejecución de tareas del plan de RSE.

Para explicar cómo la empresa Materiales Pequintacero F.P, va a empezar a ejecutar las estrategias planteadas anteriormente, para obtener beneficios y la reputación que tiene con los clientes, se realiza por medios de charlas motivadoras a los clientes para que empiecen el uso de materiales biodegradables, para la mejora del medio ambiente.

Como también, la implementación de papeleras clasificadoras de desechos, con el objetivo de concientizar a todos los que acudan a esta empresa, como así también usar bolsas ecológicas, donde la empresa evite el uso de las bolsas plásticas que son tóxicas para el medio ambiente, Asimismo, se trabajara con una obra benéfica que es el ancianato con la ayuda de mercado cada cierto tiempo, ejecutando estas actividades la organización mejora la vista de todos aquellos que la visitan y así obtendrá más confianza de todos sus futuros compradores.

6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera

6.5.1. Situación actual de la gerencia financiera

La gerencia financiera de una empresa ejecuta un papel importante en estas misma, puesto que es la encargada de saber si la organización es favorable o no, ya que la parte financiera y contable son la base para que una empresa crezca, este punto se puede tomar las decisiones basadas en los hechos financieros y así saber en qué rama se debe invertir más.

La empresa Materiales Pequintacero F.P cuenta con un funcionamiento en esta área, puesto que cuenta con un contador experto y capaz de ejecutar las actividades esenciales para el mejor desempeño de la organización y así ayudar al crecimiento de esta misma, asimismo la empresa ya

mencionada a través de unas preguntas al propietario, explica que la empresa durante todo el año es rentable.

Pero cabe recalcar que en el primer trimestre del año las ventas decaen un 30% puesto que las economías en esas fechas son bajas, pero aun así da la base para la cotización de ella misma, y el último trimestre del año suben sus ventas en un 40% ya que en estas fechas el pueblo busca de mejoras de su casa, como el pintar en temporada navideña.

6.5.2. Objetivos de finanzas

- Maximizar con la implantación de promociones en los meses bajos en ventas.
- Lograr aumentar las ventas un 10% anualmente.
- Adquirir nuevos productos suplementarios.
- Invertir en los productos más vendidos.
- Disminuir costos operativos.

6.5.3. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2024-2028

Tabla 13

Inversiones

A continuación, se presenta la siguiente tabla de inversiones, donde se evidencia cuáles son las inversiones en activos fijos y activos intangibles. Donde se puede obtener como resultado en los activos no corrientes 3.700 dólares (Tres mil setecientos dólares) como inicial y por el lado de activos corrientes un total de 12.500 dólares (Doce mil quinientos dólares), dando como resultado final 16.200 dólares (Dieciséis mil doscientos dólares). Todos los precios en esta tabla esta fijados en dólares. Así mismo se denota las inversiones que se esperan hacer a futuro que se refleja a lo largo de 5 años que sé que quieren obtener en la empresa Materiales Pequintacero F.P

INVERSIONES	INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VIDA ÚTIL
ACTIVO NO CORRIENTE (A)							
Muebles y enseres	1,250.00		200.00				5
Mobiliario	800.00			1,000.00			10
Equipo de computación	650.00						10
Sistema contable	1,000.00			1,000.00	1,500.00		5
TOTAL NO CORRIENTE	3,700.00		200.00	2,000.00	1,500.00		
ACTIVO CORRIENTE (B)							
Existencias iniciales	5,000.00						
Tesorería (Caja Bancos)	7,500.00						
TOTAL CORRIENTE	12,500.00						
TOTAL INVERSIÓN (A + B)	16,200.00		200.00	2,000.00	1,500.00		

6.5.4. Proyección de ventas 2024-2028.

En la siguiente tabla se demuestra cual viene siendo el objetivo de ventas que se desean alcanzar cada año, proyectado a 5 años que se reflejan a partir del 2024 al 2028. En la tabla de ventas e ingresos se puede observar que esta se está expresa en 5 ramas de la ferretería, las cuales son materiales de ferretería, materiales de construcción, materiales de jardinería, materiales de electricidad y maquinaria, puesto que cuenta con una gran extensión de productos, y para la mejor visualización se presenta de esta forma.

Tabla 14
Ventas / Ingresos.

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de ferretería	Unidades	780.00	1170	1872	1872	1900
	Precio	10.00	12.00	12.00	15.00	15.00
	Ingresos	7,800.00	14,040.00	22,464.00	28,080.00	28,500.00
Materiales de construcción	Unidades	340.00	340	510	510	535
	Precio	15.00	15.00	17.00	17.50	20.00
	Ingresos	5,100.00	5,100.00	8,670.00	8,925.00	10,700.00
Materiales de jardinería	Unidades	150.00	160	180	180	200
	Precio	6.00	7.00	7.50	8.00	10.00
	Ingresos	900	1120	1350	1440	2000
Materiales de electricidad	Unidades	650.00	650	682	716	780
	Precio	10.00	10.00	12.50	12.50	13.00
	Ingresos	12.00	6,500.00	8,525.00	8,950.00	10,140.00
Maquinaria	Unidades	50.00	85	85	86	90.00
	Precio	20.00	25.00	25.00	30.00	33.00
	Ingresos	12.00	2,125.00	2,125.00	2,580.00	2,970.00
TOTAL INGRESOS		13,824.00	28,885.00	43,134.00	49,975.00	54,310.00
						55,915.00

6.5.5. Proyección de costos y gastos operativos 2024-2028.

En el caso de la tabla de compras y suministros se presenta el siguiente inventario, donde esta expresada en 5 ramas como lo es materiales de ferretería, materiales de construcción, materiales de jardinería, materiales de electricidad y maquinaria, donde se denota las unidades de compra, se denota el precio y los costes que van incurrir cada año vigente. Donde se puede apreciar la subida de compras, se trabajó como base un 1 por ciento gradualmente, esto se desea alcanzar en este periodo de tiempo

Tabla 15
Compras / Suministros

COMPRAS /SUMINISTROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de ferretería	unidades	790.00	1185	1900	1900	2000
	precio	3.00	3.50	3.50	3.50	7.00
	Costes	2,370.00	4,147.50	6,650.00	6,650.00	14,000.00
Materiales de construcción	unidades	350.00	350	515	515	540.00
	precio	6.00	6.00	7.00	7.00	8.00
	costes	2,100.00	2,100.00	3,605.00	3,605.00	4,320.00
Materiales de jardinería	unidades	160.00	165	185	185	210.00
	precio	1.00	1.00	1.00	1.50	2.00
	costes	160.00	165.00	185.00	277.50	420.00
Materiales de electricidad	unidades	655.00	655	685	720	790.00
	precio	4.00	4.00	4.50	4.50	8.00
	costes	2,620.00	2,620.00	3,082.50	3,240.00	6,320.00
Maquinaria	unidades	55.00	90	90	90	95.00
	precio	10.00	15.00	20.00	20.00	22.00
	costes	550.00	1,350.00	1,800.00	1,800.00	2,090.00
TOTAL COSTES		7,800.00	10,382.50	15,322.50	15,572.50	27,150.00

6.5.6. Cálculo del capital de trabajo 2024-2028

Se puede apreciar en el capital de trabajo que tiene la empresa Materiales Pequintacero F.P. Que se obtiene con la fórmula de capital es igual a activo corriente menos pasivo corriente. Por lo que en el caso de esta empresa el resultado es el mismo de activo corriente el cual su monto es de 12.500 dólares (Doce mil quinientos). Esto sucede por el motivo de que dicha empresa no tiene deudas a corto plazo.

Tabla 16

Capital de Trabajo

Activo Corriente	12.500
Pasivo Corriente	0
Capital de trabajo	12.500

6.5.7. Estructura y opciones de financiamiento 2024-2028

En esta tabla de financiamiento se demuestra cómo la empresa dará su inicio a sus actividades de compra y ventas de materiales de ferretería y construcción., donde todo lo invertido es de recurso propio el cual tiene un monto de 16.200 dólares (Diseis mil doscientos dólares), en esta tabla se observa que la inversión y la financiación es el mismo resultado, Al cabo del tercer año se ejecuta una inversión donde existe un prestamos de 500 dólares (Quinientos dólares) y de recurso propio es 2.000 dólares (Dos mil dólares)

Tabla 17
Financiación

FINANCIACIÓN		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		16,200.00					
PRESTAMOS					500.00		
Condiciones	Tipo de interés				24%		
	Años				2		
TOTAL FINANCIACIÓN		16,200.00			500.00		
COMPARACIÓN	INVERSIÓN	16,200.00		200.00	2,000.00	1,500.00	
	FINANCIACIÓN	16,200.00			500.00		

6.5.8. Estado de resultado proyectado 2024-2028.

En esta tabla se denota cuanto en el estado resultados que se obtiene de la empresa Materiales Pequintacero F.P. Donde nos da como resultado el margen de ganancia, el EBITDA el EBIT, el BAI, y se obtiene el resultado, en el cual se refleja a base de años que varían del 2024 al 2028 que se aspiran a tener cada año, planteando las aspiraciones que se obtendrá cada por cada uno. Por sus subdivisiones se encuentran las ventas, los gastos, las amortizaciones, los gastos financieros y el impuesto sobre beneficios.

Tabla 18

Cuenta de Resultados

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	13,824.00	28,885.00	43,134.00	49,975.00	54,310.00
Aprovisionamiento	7,800.00	10,382.50	15,322.50	15,572.50	27,150.00
Variación de existencias					
Margen	6,024.00	18,502.50	27,811.50	34,402.50	27,160.00
Gastos de personal	2,052.00	6,935.76	9,016.49	11,721.43	22,856.80
Alquileres					
Otros gastos	672.00	739.20	813.12	894.43	983.88
EBITDA	3,300.00	10,827.54	17,981.89	21,786.63	3,319.33
?					
Amortizaciones	595.00	635.00	935.00	1,235.00	1,235.00
EBIT	2,705.00	10,192.54	17,046.89	20,551.63	2,084.33
?					
Gastos financieros				120.00	66.43
BAI	2,705.00	10,192.54	17,046.89	20,431.63	2,017.90
?					
Impuesto sobre beneficios	919.70	3,465.46	5,795.94	6,946.76	686.09
Resultado	1,785.30	6,727.08	11,250.95	13,484.88	1,331.81

6.5.9. Estado de situación financiera proyectado 2024-2028.

Siguiendo en este mismo orden se denota el balance provisional, donde se expresa los activos, los activos no corrientes, los pasivos y los pasivos no corriente, que tiene la empresa en estudio Materiales Pequntacero F.P, el cual esta expresado en 5 años que comienza 2024 al 2028 donde se observa un crecimiento relativo cada año. Donde se comienza el primer año con un monto 16.200 dólares (Dieciséis mil doscientos dólares) y al cabo de 5 años se quiere obtener una ganancia de 45,593 dólares (Cuarenta y cinco mil quinientos noventa y tres dólares) un margen de ganancia relativamente alta.

Tabla 19
Balance Previsional

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	3,700.00	3,700.00	3,900.00	5,900.00	7,400.00	7,400.00
Amortizaciones		595.00	1,230.00	2,165.00	3,400.00	4,635.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3,700.00	3,105.00	2,670.00	3,735.00	4,000.00	2,765.00
Existencias	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Clientes		568.11	1,187.05	1,772.63	2,053.77	2,231.92
Tesorería	7,500.00	9,044.40	14,578.47	22,991.20	33,683.99	35,596.10
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	12,500.00	14,612.51	20,765.52	29,763.83	40,737.76	42,828.01
TOTAL ACTIVO	16,200.00	17,717.51	23,435.52	33,498.83	44,737.76	45,593.01
PASIVO						
Recursos propios	16,200.00	16,200.00	16,200.00	16,200.00	16,200.00	16,200.00
Reservas		1,517.51	7,235.52	16,798.83	28,260.97	29,393.01
Resultados negativos						
Prestamos				500.00	276.79	
TOTAL NO CORRIENTE	16,200.00	17,717.51	23,435.52	33,498.83	44,737.76	45,593.01
Proveedores						
Tesorería negativa						
TOTAL CORRIENTE						
TOTAL PASIVO	16,200.00	17,717.51	23,435.52	33,498.83	44,737.76	45,593.01

6.5.10. Flujo de caja proyectado 2024-2028.

En la siguiente tabla que se muestra a continuación lo que se obtiene en la tesorería del flujo de caja de final de cada año, en la cual se puede apreciar una buena rentabilidad del negocio, motivo por el que se observa que cada año tiene un crecimiento en sus resultados obteniendo mejor ganancia cada uno de ellos. Por lo que se dice y certificar que la empresa Materiales Pequintacero F.P es rentable desde el comienzo de los años 2024 al 2028, donde cada año se puede apreciar la subida de montos.

Tabla 20

Flujo de Caja

TESORERÍA AL FINAL DE CADA AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	7,500.00	9,044.40	14,578.47	22,991.20	33,683.99
+ Beneficio	1,785.30	6,727.08	11,250.95	13,484.88	1,331.81
+ Amortizaciones	595.00	635.00	935.00	1,235.00	1,235.00
+ Prestamos obtenidos			500.00		
+ Ampliaciones de capital					
+ Crédito de proveedores					
- Crédito a clientes	568.11	618.95	585.58	281.14	178.15
- Dividendos	267.80	1,009.06	1,687.64	2,022.73	199.77
- Devoluciones de préstamos				223.21	276.79
- Inversiones		200.00	2,000.00	1,500.00	
- Existencias					
Saldo final	9,044.40	14,578.47	22,991.20	33,683.99	35,596.10

6.5.11. Punto de Equilibrio 2024-2028 (En cantidades y unidades monetarias).

En la siguiente tabla se puede apreciar el equilibrio donde se exhiben el resultado de ventas, coste variable, margen, margen de ventas, costes fijos y el umbral de rentabilidad. Se evidencia que tiene estabilidad positiva en variedades del periodo vigentes en estudio los cuales son del 2024 al 2028. Es detectable notar que cada año tiene una subida de porcentaje de margen de ventas y una rentabilidad estable que hace a la empresa una situación financiera buena.

Tabla 21
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO								
Ventas (V)	?		13,824.00	28,885.00	43,134.00	49,975.00	54,310.00	
Coste variables (C)	?		7,800.00	10,382.50	15,322.50	15,572.50	27,150.00	
Margen (M)	?		6,024.00	18,502.50	27,811.50	34,402.50	27,160.00	>C F
% Margen s/ventas	?		44%	64%	64%	69%	50%	
Costes fijos (CF)	?		2,724.00	7,674.96	9,829.61	12,615.87	23,840.67	<M
Umbral Rentabilidad	?		6,251.09	11,981.69	15,245.14	18,326.51	47,672.57	<V

6.5.11. Indicadores de rentabilidad 2024-2028.

En la siguiente tabla se expresa lo que es la rentabilidad se puede visualizar que cada punto que se encuentra como lo es la parte económica y financiera, está en un margen de equilibrio lo que expresa que la rentabilidad de Materiales Pequintacero F.P es buena durante los 5 años en estudio que se le están presentado a dicha empresa.

Tabla 22
Rentabilidad.

RENTABILIDAD	?							
Económica								
Rotación	?		0.78	1.23	1.29	1.12	1.19	>0
Margen	?		0.20	0.35	0.40	0.41	0.04	>0
Financiera								
Apalancamiento	?		1.00	1.00	1.02	1.00	0.97	>=1
Efecto fiscal	?		0.66	0.66	0.66	0.66	0.66	
ROE	?		0.10	0.29	0.34	0.30	0.03	>0
ROE en %			10.08%	28.70%	34.09%	30.33%	2.92%	>0

CONCLUSIONES

En el análisis llevado a cabo en la empresa en objeto de estudio se pudo determinar cuál ha sido la situación general de la organización, de allí se puede realizar planes estratégicos que se ejecutaran en los años 2024 – 2028, las cuales están orientadas para que la empresa mejore en los campos del área de Marketing, Recursos Humanos, Gerencia de Financiación, Responsabilidad Social Empresarial y Función. Con el finalidad de que la empresa Materiales Pequintacero F.P, ejecute las estrategias planteadas en el trabajo, para que lo coloque en práctica y así mejorar el área más afectadas de esta. Ya que se aprecia la ausencia de la implementación de plataformas digitales, lo que incurre a tener una baja competitividad con respecto a otras empresas del ramo de ferretero.

En este sentido cabe recalcar que la empresa, aun cuando tiene carencia en varias de estas áreas, ya que no cuenta con el personal para que cumplan con esas actividades, la ferretería obtiene buenos dividendos ya que es reconocida en el pueblo y municipio. Igualmente, el propietario está dispuesto a implementar las nuevas estrategias ya mencionas que se le proporcionaron a través del estudio realizado en esta empresa.

En línea con los objetivos estratégicos planteados, el propietario está dispuesto y comprometido a mejorar las ventas para mejorar los porcentajes sugeridos para los años 2024 - 2028 y de esta manera incrementar la rentabilidad de este negocio. Mediante la ejecución de las herramientas tecnológica, especialmente a través del canal e-commerce (comercio electrónico) .

Finalmente se puede decir que la receptividad y aceptación del propietario de Materiales Pequintacero F.P, en cuanto la utilización e implementación de las estrategias de Marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarias y finanzas, permitió dar a

conocer las herramientas que pueden utilizar para mejorar el desarrollo. Conocimiento que se pudieron compartir mediante las estrategias enseñadas por la Universidad Valle de Momboy a lo largo de la estudio.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere la utilización de las estrategias antes mencionadas, especialmente en la búsqueda de un especialista que ayude a la elaboración de plataformas digitales.
- Buscar la ayuda de distintos especialistas que ayuden a la ejecución de todos los planes propuestos en donde mayormente tiene el déficit.
- Ejecutar donaciones a los diferentes entes públicos que necesiten ayuda para el buen funcionamiento de los mismo, como puede ser el caso del ancianato, el Rotary Club y Paticas. Por citar algunos ejemplos.
- Elaborar publicidad, usar papeleras clasificadoras y bolsas ecológicas.
- Recomendación a nuestra casa de estudio, que se vuelvan abrir las sedes fuera del estado Trujillo, para la mejora de la educación.
- Tratar de mantener un nivel de precios estándar que sean accesibles, puesto que la situación país dificulta para los estudiantes realizar los pagos tan elevados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amat. (2017). *Pdf*. Recuperado el 2023 de octubre de 26, de Universidad San Gregorio de Portoviejo: <http://www.winavas@sangregorio.com>
- Ballou. (1991). *logistica y aprovisionamiento*. Recuperado el 2023 de octubre de 24, de blog: <https://www.logistica y aprovisionamiento.com>
- Carbero. (1998). *Como el entorno social afecta a la empresa*. Recuperado el 15 de noviembre de 2023, de Estundvando: <http:www.como el entono social afecta la empresa.com>
- Chandler. (1962). *Que es la gerencia*. Recuperado el 2023 de octubre de 22, de Economiaplanificada.com: <http://www.gerencia de empresa.com>
- Chiavenato. (2009). *Buenas tareas*. Recuperado el 2023 de octubre de 22, de recursos humanos: <http://defenicionderecursoshumanos.com>
- De LA Hoz. (2017). *Post-compra*. Recuperado el 2023 de octubre de 25, de Redaly: <http://www.redaly.postcompra.com>
- Freije, G. (2006). *Finanzas*. Recuperado el 2023 de octubre de 22, de Archivo pdf: <http://www.finanzas.com>
- Friedman, M. (1970). *Redaly*. Recuperado el enero de 2024, de Redaly: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/>
- Kast, R. (1988). *Desarrollo de un indicador de percepción empresarial del riesgo del entorno politico*. Recuperado el 11 de octubre de 2023, de Desarrollo de un indicador de percepción empresarial del riesgo del entorno politico: <http:www.riesgo del entono politico.com>
- León. (2018). *5 senales de la recuoeración de la economia de Venezuela*. Recuperado el 11 de octubre de 2023, de 5 senales de la recuoeración de la economia de Venezuela: <http:www.5 senales de la recuoeración de la economia de Venezuela.com>
- Luis. (2021). *Sector ecológico*. Recuperado el 15 de octubre de 2023, de Bio Eco Actual: <http://www. sector ecológico.com>
- Malaver. (2016). *Que es un entorno economico*. Recuperado el 11 de octubre de 2023, de Spiegato: <http:www. que es un entorno economico.Spiegato.com>

- Perez. (2016). *Negociación con proveedores*. Recuperado el 18 de octubre de 2023, de Obsbuness: <http://www.negociacion con proveedores.com>
- Philip, K. (2006). *Blog zendesk*. Recuperado el 2023 de octubre de 24, de Marketing y ventas: <http://www.markenting y ventas.com>
- Pierre. (1989). *Blog cuadro comparativo*. Recuperado el 2023 de octubre de 22, de Investigacion y desarrollo: <http://www.investigaciónydesarrollo.com>
- Porter, M. (1980). *Cadena de valor PORTER*. Recuperado el 18 de octubre de 2023, de repsol: <http://www.repsol.com.porter.com>
- Schroeder. (2005). *periodico Jaya blog*. Recuperado el 2023 de octubre de 24, de operaciones: <http://www.que son la operaciones.com>
- Torres. (2022). *Entorno legal en Venezuela*. Recuperado el 15 de octubre de 2023, de LEGA: <http://www.enorno legal en venezuela.com>
- Wright, M. S. (2008). *Redalyc*. Recuperado el 12 de 01 de 2024, de La responsabilidad social empresarial: <https://www.redalyc.com>

ANEXOS

Anexos 1 Preguntas al propietario de la empresa Materiales Pequintacero F.P

¿Cuántos años lleva la empresa en funcionamiento?

¿Cuántos empleados hay en la empresa?

¿Tiene planes estratégicos?

¿Usa plataformas digitales?

¿Cuáles son los productos que ofrece?

¿Posee maquina fiscal?

¿Cuenta con un contador, administrador?

¿Poseen sucursales?

¿Sabe cuáles son sus principales competidores?

¿Cuenta con el área de recursos humanos?

¿hace donaciones?

¿Lleva al día el pago de impuestos?

¿Está dispuesto a ejecutar los planes propuestos?

¿Tiene disposición para que estudiantes hagan pasantías?

¿Colabora a la conservación del medio ambiente y social?

Anexos 2 Encuesta al empleado

Preguntas	Si	No
¿Conoces cuáles son tus deberes y derechos dentro de la empresa?		
¿Durante el tiempo que llevas en el trabajo tu sueldo ha sido justo ?		
¿Recibes bonificaciones, liquidación, vacaciones ?		
¿Está a gusto en el trabajo con el trato que recibes del propietario ?		