

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY

VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



**PLAN ESTRATÉGICO DE OFICINA CONTABLE DE ANA
CLARETT SULBARAN PLAZA PERIODO 2023-2027**

Presentado por:

BR, YURIMAR DEL CARMEN LACRUZ VILLARREAL

BR, MARIA YUSLEIDY VILLARREAL DIAZ

TRUJILLO, VENEZUELA

2022

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY

VICERRECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA



PLAN ESTRATÉGICO DE OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT

SULBARAN PLAZA PERIODO 2023-2027

Trabajo de Grado para optar al título de Licenciadas en Contaduría Pública

Presentado por:

BR, YURIMAR DEL CARMEN LACRUZ VILLARREAL

BR, MARIA YUSLEIDY VILLARREAL DIAZ

Tutor:

MAIRA MALDONADO

TRUJILLO, VENEZUELA

2022



Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Gerenciales

VEREDICTO

Nosotros, **Prof. María Teresa Bravo, Prof. Karla Dunn, y Prof. Maira Maldonado**, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado "**PLAN ESTRATÉGICO DE OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA PERIODO 2023-2027**" que presenta la bachiller: **Yurimar del Carmen Lacruz Villarreal**, portadora de la C.I. N° **27.780.339**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: once (11) 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 de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los veintiocho (28) días del mes de noviembre del dos mil veintidós (2022)

Prof. Karla Dunn
C.I. 19.286.584
JURADO

Prof. Maira Maldonado
C.I. 10.038.265
TUTOR

Prof. María T. Bravo
C.I. 9.016.405

PRESIDENTE DEL JURADO



Prof. Gilberto Rojas
C.I. 19.285.228
DECANO



Prof. Ana Linares
C.I. 9.013.217
VICERRECTORA ACADÉMICA

VEREDICTO



Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Gerenciales

VEREDICTO

Nosotros, **Prof. María Teresa Bravo, Prof. Karla Dunn, y Prof. Maira Maldonado**, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado “**PLAN ESTRATÉGICO DE OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA PERIODO 2023-2027**” que presenta la bachiller: **María Yusleidy Villarreal Díaz**, portadora de la C.I. N° **27.340.830**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: once (11) 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 de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los veintiocho (28) días del mes de noviembre del dos mil veintidós (2022)

Prof. Karla Dunn
 C.I. 19.286.584
JURADO

Prof. Maira Maldonado
 C.I. 10.038.265
TUTOR

Prof. María T. Bravo
 C.I. 9.016.405

PRESIDENTE DEL JURADO



Prof. Gilberto Rojas
 C.I. 19.285.228
DECANO



Prof. Ana Linares
 C.I. 9.013.217
VICERRECTORA ACADÉMICA

DEDICATORIA

Yurimar del Carmen La Cruz Villarreal

- ❖ La presente tesis se la dedico a Dios, a mis padres Iván Lacruz, Maria Rosa Villarreal, mis hermanos Yunior Lacruz, Yonathan Lacruz, Yohander Lacruz, a mi hijo Thiago Gael Diaz Lacruz, mi esposo Guillermo Díaz, por brindarme su cariño, amor, enseñanzas, consejos, apoyo y sobre todo darme valor cuando creía no poder más.

Maria Yusleidy Villarreal Diaz

Mis esfuerzos en esta investigación se las dedico a:

- ◀ Dios, por iluminar mi camino, sabiduría y entendimiento.
- ◀ A mis padres, familiares y amigos que estuvieron apoyándome en todos los momentos importantes de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Yurimar del Valle La Cruz Villarreal

- ◀ Agradezco a Dios por la vida que me da y por los sueños cumplidos.
- ◀ A mis asesores de tesis, la Licenciada Kelly Ramirez y el Magister Gilberto Rojas.

Maria Yusleidy Villarreal Diaz

- ◀ A Dios todopoderoso por darme la oportunidad de culminar este trabajo de investigación.
- ◀ A mis padres por ser pilares fundamentales en todo momento.
- ◀ A mis asesores de investigación metodológica por ayudarme con la adecuada orientación a lo largo d este proceso.
- ◀ A la universidad por brindarme la oportunidad de ser parte de esta importante investigación.

RESUMEN

El presente trabajo especial de grado se fundamenta en la “Oficina Contable De Ana Clarett Sulbaran Plaza”, la cual ofrece servicios profesionales de la contaduría pública, en la cual su objetivo general es “Diseñar un plan estratégico para la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral para el fortalecimiento de la gestión del conocimiento dentro del departamento de recursos humanos”, basado en el capítulo I que comprende la descripción del negocio, el capítulo II que comprende el análisis y diagnóstico del entorno, el capítulo III que desarrolla el análisis y diagnóstico interno, el capítulo IV que consiste en la formulación de objetivos 2023-2027, el capítulo V implementa la estrategia del negocio y el capítulo VI que comprende la estrategia de implementación. Así mismo, se pudo implementar estrategias de motivación laboral a la dirección de la institución para dar ejecución a las mismas, con la aplicación de dichas estrategias se logrará el desarrollo de las actividades con éxito alcanzando los objetivos propuestos por la dirección de la institución.

Palabras clave: (motivación, estrategias, objetivos)

ABSTRACT

This special degree work is based on the "Accounting Office of Ana Clarett Sulbaran Plaza", which offers professional public accounting services, in which its general objective is "Design a strategic plan for the company " Accounting Office of the Bachelor Ana Clarett Sulbaran Plaza "in the years 2023 to 2027 focused on labor motivation for the strengthening of knowledge management within the human resources department", based on chapter I that includes the description of the business, chapter II that includes the analysis and diagnosis of the environment, chapter III that develops the internal analysis and diagnosis, chapter IV that consists of the formulation of 2023-2027 objectives, chapter V implements the business strategy and chapter VI that includes the strategy of implementation. Likewise, it was possible to implement work motivation strategies for the direction of the institution to execute them, with the application of these strategies the development of the activities will be achieved successfully, reaching the objectives proposed by the direction of the institution.

Keywords: (motivation, strategies, goals)

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	14
INDICE DE FIGURAS.....	15
INDICE DE ANEXOS.....	16
CAPITULO I. INTRODUCCION.....	17
1.1 Idea actual de negocio/ nombre del negocio.....	17
1.2 Descripción del producto/ servicio a ofrecer.....	19
1.3 Equipo de trabajo.....	20
1.4 Diagnostico organizacional.....	22
1.5 Diagnostico situación contable-financiera.....	23
1.6 Definición del problema.....	24
1.7 Propuesta de valor.....	27
1.8 Objetivos del trabajo de investigación.....	28
1.8.1 Objetivo general.....	28
1.8.2 Objetivos específicos.....	28
CAPITULO II. ANALISIS Y DIAGNOSTICO DEL ENTORNO.....	29
2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).....	29

2.1.1. Entorno político.....	29
2.1.2. Entorno económico.....	30
2.1.3. Entorno social.....	31
2.1.4. Entorno tecnológico.....	32
2.1.5. Entorno ecológico.....	33
2.1.6. Entorno legal.....	34
2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	35
2.2 Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter.....	36
2.2.1. Negociación con proveedores.....	36
2.2.2. Negociación con clientes.....	36
2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes.....	37
2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos.....	37
2.2.5. Entrada de nuevos competidores.....	38
2.2.6. Nivel de atractividad de la industria.....	38
2.2.7. Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI).....	39
CAPITULO III. ANALISIS Y DIAGNOSTICO INTERNO.....	40
3.1 Modelo de negocio CANVAS.....	40

3.2 Análisis funcional de la empresa.....	43
3.2.1. Gerencia de la empresa.....	43
3.2.2. Recursos humanos.....	44
3.2.3. Investigación y desarrollo.....	46
3.2.4. Finanzas.....	47
3.2.5. Logística y aprovisionamiento.....	48
3.2.6. Operaciones.....	49
3.2.7. Marketing y ventas.....	50
3.2.8. Servicios postventa.....	51
CAPITULO IV. FORMULACION DE OBJETIVOS 2023-2027.....	52
4.1 Objetivo general 2023 a 2027.....	52
4.2 Objetivos estratégicos 2023 a 2027.....	53
4.3 Análisis de los objetivos estratégicos 2023 a 2027.....	53
CAPITULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....	56
5.1 Formulación de la estrategia.....	56
5.1.1. Matriz FODA cruzada (MFODA).....	56
5.1.2. Matriz interna – externa (MIE).....	58

5.2 Selección de la estrategia.....	59
5.2.1. Matriz de estrategia vs objetivos estratégicos.....	59
5.2.2. Estrategias seleccionadas.....	60
CAPITULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACION.....	61
6.1 Plan funcional de marketing.....	61
6.1.1. Situación actual de la gerencia de marketing.....	61
6.1.2. Objetivos de marketing.....	62
6.1.3. Acciones estratégicas de marketing.....	62
6.1.4. Presupuesto.....	68
6.1.5. Ejecución de tareas del plan de marketing.....	69
6.2 Plan funcional de operaciones.....	70
6.2.1. Situación actual de la gerencia de operaciones.....	70
6.2.2. Objetivos de operaciones.....	71
6.2.3. Desarrollo de las estrategias de operaciones.....	72
6.2.4. Presupuesto.....	73
6.2.5. Ejecución de tareas del plan de operaciones.....	75
6.3 Plan funcional de recursos humanos.....	75

6.3.1. Situación actual de la gerencia de recursos humanos.....	75
6.3.2. Objetivos de recursos humanos.....	76
6.3.3. Estrategias.....	77
6.3.4. Presupuesto.....	77
6.3.5. Ejecución de tareas del plan de recursos humanos.....	78
6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RSE).....	79
6.4.1. Situación actual de la RSE.....	79
6.4.2. Objetivos de RSE.....	80
6.4.3. Actividades de RSE.....	80
6.4.4. Presupuesto.....	81
6.4.5. Ejecución de tareas del plan de RSE.....	82
6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera.....	82
6.5.1. Situación actual de la gerencia financiera.....	82
6.5.2. Objetivos de finanzas.....	83
6.5.3. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027.....	84
6.5.4. Proyección de ventas 2023-2027.....	85
6.5.5. Proyección de costos y gastos operativos 2023-2027.....	86

6.5.6. Calculo del capital de trabajo 2023-2027.....	86
6.5.7. Estructura de operaciones de financiamiento 2023-2027.....	87
6.5.8. Estado de resultado proyectado 2023-2027.....	87
6.5.9. Estado de situación financiera proyectado 2023-2027.....	89
6.5.10. Flujo de caja proyectado 2023-2027.....	90
6.5.11. Punto de equilibrio 2023-2027 (en cantidades y unidades unitarias).....	91
6.5.12. Indicadores de rentabilidad 2023-2027.....	92
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	99
ANEXOS.....	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz MEFE	35
Tabla 2 Matriz MEFI	39
Tabla 3 Matriz FODA Cruzada	58
Tabla 4 Resumen MEFE Y MEFI	58
Tabla 5 Matriz Interna-Externa	59
Tabla 6 Matriz De Estrategias Vs Objetivos Estratégicos	60
Tabla 7 Plan Funcional De Marketing	69
Tabla 8 Plan Funcional De Operaciones	74
Tabla 9 Plan De Recursos Humanos	78
Tabla 10 Plan De Responsabilidad Social Empresarial	81
Tabla 11 Plan De Inversiones	84
Tabla 12 Proyeccion De Ventas	85
Tabla 13 Costos Y Gastos Operativos	86
Tabla 14 Capital De Trabajo	86
Tabla 15 Opciones De Financiamiento	87
Tabla 16 Estado De Resultado Proyectado 2023-2027	88
Tabla 17 Estado De Situacion Financiera Proyectado 2023-2027	89
Tabla 18 Flujo De Caja Proyectado 2023-2027	91

	16
Tabla 19 Punto De Equilibrio En Unidades Monetarias	91
Tabla 20 Punto De Equilibrio En Cantidades	92
Tabla 21 Indicadores De Rentabilidad	92

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Negocios CANVAS	40
------------------------------------	----

INDICE DE ANEXOS

fotografia 1 trabajo administrativo	103
fotografia 2 trabajo contable	103
fotografia 3 personal de la empresa	104
fotografia 4 ISLR	104
fotografia 5 trabajo contable	105
fotografia 6 registros contables	105
fotografia 7 mobiliario de la empresa	106
fotografia 8 servicios contables	106
fotografia 9 registros contables	107
fotografia 10 servicios a los clientes	107
fotografia 11 materiales y suministros	108
fotografia 12 personal contable de la empresa	108

CAPITULO I. INTRODUCCION

I. ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO

I.1 Idea actual de negocio/ nombre del negocio

Se fundó en 1995. La empresa se denomina, “OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA,” y se encuentra ubicada en la Avenida Miranda, Oficentro Nona Yeya locales 8 y 9 de la población de Timotes Municipio Miranda del Estado Mérida.

La empresa tiene por objeto social la prestación de servicios profesionales de la contaduría pública que involucra las actividades siguientes: auditoría financiera, administrativa, fiscal, operativa, asesoría tributaria, consultaría gerencial y económica, educación y capacitación profesional destinada a procurar la divulgación del conocimiento y la información en las distintas áreas de su actividad consultora, subcontratación de servicios de contabilidad, auditoría interna, nomina, diseño, elaboración e implementación de software de información contable, administrativa, financiera, fiscal y laboral, así como la tramitación de asuntos legales y administrativos ante institutos y organizaciones públicas y privadas, entre otras actividades reservadas para el ejercicio autorizado de la profesión de Contador Público.

Así mismo, señalamos que la empresa es un sector que no produce bienes, pero es vital en una sociedad desarrollada. Su actividad se basa en brindar a la población todos los productos que fabrica la industria, obtiene la agricultura e incluso el propio sector servicios, necesarios para

satisfacer las necesidades de los seres humanos. En conclusión, la institución se dedica, a ofrecer servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas, lo cual señala un trabajo constante en el tiempo. Esta labor abarca desde una compraventa pequeña, hasta las altas finanzas o el Estado.

De igual forma, la trayectoria que ha tenido la empresa ha sido de 27 años consecutivos ofreciendo el servicio a la población en cuanto a las actividades económicas y financieras de los clientes, los cuales han sido muy receptivos y conformes con el servicio prestado, y de igual manera el trabajo ha sido constante año tras año, logrando así ser una empresa reconocida en todo el municipio y sus alrededores, captando una gran cantidad de clientes que necesitan de los servicios que allí se ofrecen y los cuales dejan sus actividades económicas en manos de los trabajadores de la organización consecutivamente.

Se destaca que, los últimos cinco años de la empresa se han visto un poco afectados con respecto a las ventas a causa de varios aspectos, entre los cuales se puede mencionar la crisis económica por la cual atraviesa nuestro país actualmente, ya que la hiperinflación ha originado que muchas pymes cierren sus puertas y busquen otras oportunidades de negocio, la poca posibilidad de obtener efectivo ha dificultado el comercio ya que en muchos establecimientos no se cuenta con un punto de ventas, además el flujo de la moneda, el cual actualmente se maneja en dólares aun cuando la moneda oficial del país continua siendo el Bolívar.

Sin embargo, la causa más fuerte de la caída de la economía no solo en la empresa sino a nivel mundial, la pandemia que azoto fuertemente al mundo en los años 2020 y 2021, afectando en su totalidad el comercio, el trabajo y el poder adquisitivo de las personas, generando la paralización de todos los sectores de la economía, sociales, políticos, culturales, ambientales, e incluso familiares, así mismo perjudico la prestación de servicios que generalmente la empresa

ofrece a los comerciantes, personas naturales, jurídicas, empresas públicas y privadas en ese periodo de tiempo.

Cabe señalar, que a pesar de ello, la organización se ha mantenido a flote luego de que la pandemia se lograra controlar, y se logró regresar a los puestos de trabajo entre otras actividades de la vida diaria, logrando establecer un aumento progresivo de las ventas de los servicios a clientes y nuevas personas que se dirigen a la empresa para solucionar sus dudas en cuanto a los procedimientos contables y económicos de sus negocios u otros, generando satisfacción para todos quienes allí laboran, y además la consecución de los objetivos establecidos dentro de la organización.

I.2 Descripción del producto/ servicio a ofrecer

La empresa “OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA,” ofrece sus servicios en: auditoría financiera, administrativa, fiscal, operativa, asesoría tributaria, consultaría gerencial y económica, educación y capacitación profesional destinada a procurar la divulgación del conocimiento y la información en las distintas áreas de su actividad consultora, subcontratación de servicios de contabilidad, auditoría interna, nomina, diseño, elaboración e implementación de software de información contable, administrativa, financiera, fiscal y laboral, así como la tramitación de asuntos legales y administrativos ante institutos y organizaciones públicas y privadas.

Cabe mencionar, que la empresa tiene una mayor demanda en la realización de: contabilidad generalmente computarizada, asesoramiento contable y financiero, declaraciones de IVA R ISLR, certificación de ingresos, estados financieros a personas naturales y jurídicas, flujo de caja y flujo de efectivo proyectado, cartas de aceptación de comisario, informes de comisario, ajustes

por inflación y ajustes financieros. Y, aquellos servicios que tienen menos demanda para la empresa han sido los siguientes: elaboración e implementación de software de información contable y auditoría.

I.3 Equipo de trabajo

La estructura organizativa de una empresa consiste en la división sistemática de sus unidades de trabajo atendiendo el objeto de su creación. Siendo para la empresa “OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA,” la siguiente:

1. Gerente general
 2. Departamento técnico
 3. Departamento financiero
 4. Departamento de recursos humanos
 5. Departamento comercial
 6. Auxiliar 1 y 2
- Planificar y ejecutar los procesos técnicos de contabilidad, de control previo, generando información adecuada y eficaz para la toma de decisiones, así como proponer normativas y procedimientos para la adecuada ejecución del presupuesto y eficaz presentación de los estados financieros.
 - Organizar, clasificar, y registrar la información resultante de las operaciones realizadas por la empresa-cliente. Suministrar las herramientas necesarias al contribuyente, para que pueda funcionar de una manera en que no falte a sus deberes con el fisco.
 - Ofrecer a su cartera de clientes asesoramiento tanto contable como tributario.

- Mantener comunicación con los clientes a fin de despejar dudas que puedan surgir en la realización del trabajo a desarrollar.
- Elaborar declaraciones de impuesto sobre la renta a personas naturales y jurídicas, cálculos de INCE y otras contribuciones.
- Supervisar que los auxiliares contables lleven su contabilidad mensual al día.
- Realizar mensual, trimestral o semestralmente la declaración del IVA.
- Elaborar los libros de Ajuste y Reajuste por Inflación Fiscal.
- Elaborar anualmente la relación anual de Retenciones. Efectuar retenciones de impuesto sobre la renta que implica los sueldos, honorarios, alquileres, comisiones, contratista y subcontratista contemplados en la ley.
- Elaboración de certificaciones de ingresos y balances personales.

Organigrama de la empresa





Figura N° 1 Fuente: Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza (2020)

I.4 Diagnostico organizacional

La empresa “OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA,” es una organización que tiene una larga trayectoria prestando sus servicios a personas, empresas y clientes a nivel municipal y sus alrededores, es por ello que actualmente se ven enfocados en la consecución de sus objetivos sin tomar en cuenta el trabajo que realizan sus empleados, situación que afecta las capacidades de los trabajadores para realizar sus actividades con eficiencia.

Por ende, hoy en día las empresas tienen éxito y alcanzan la eficacia cuando logra las metas, puede atender las necesidades de su ambiente. Asimismo, son las personas, quienes ejecutan habitualmente las actividades que son coordinadas por la organización, para así lograr una misión, debido a la cooperación y contribución de los empleados en la realización y desempeño de sus capacidades, que posibilita el éxito de la institución y su progreso.

De esta manera, cuando se refiere a personas, empleados, o trabajadores y su desempeño, observamos el porqué de su labor y aplicación de conocimientos, responsabilidad, capacidades y habilidades, se observa que existe una motivación, la cual influye casi en su totalidad en la ejecución de las asignaciones de los trabajadores. Por ello, es importante que dentro de una empresa se tomen en cuenta además del clima, el trabajo en equipo, manejo de conflictos,

cultura, liderazgo, comunicación, lo que en el tema se trata: la motivación laboral y su influencia en la gestión del conocimiento.

Así mismo, se puede observar el deterioro en cuanto a incentivar al personal por parte del departamento de recursos humanos para todos los trabajadores que diariamente se esfuerzan en realizar todas las asignaciones institucionales, además, se observa un ambiente negativo por la falta de estímulo que en un futuro se puede convertir en el fracaso de la organización, lo cual sería inesperado para el gerente como para todos los empleados que allí laboran.

I.5 Diagnostico situación contable/ financiera

En mayo de 2022, la empresa dentro de los activos corrientes es 87,14%, los activos fijos 12,86%, señalando que dentro de los activos corrientes corresponde como mayor inversión el inventario con el 74,28%, debido a que la empresa posee un inventario alto en equipos necesarios para prestar los servicios a los clientes. De igual forma, dentro de los pasivos corrientes, en donde a la cuenta de proveedores corresponde el 40% que es bueno, en cuanto al patrimonio el porcentaje es de 60% de propiedad de la empresa y solo un 6,5% de utilidad, dando una imagen de baja rentabilidad de la organización.

Cabe señalar, que este análisis se ha efectuado a partir de la prestación de servicios totales, donde encontramos que el porcentaje de la utilidad bruta en servicios es de un 80%, con un rubro de utilidad neta que representa el 45% de los servicios con gastos representados en un 15%, demostrando que la utilidad líquida es buena para la inversión de la empresa. Esto significa que las variaciones entre el año 2021 y 2022 en cuanto al activo corriente, el mayor cambio que se da es en los servicios, el cual ha incrementado en un 105% y en clientes han incrementado un 300%

iniciando una etapa de crecimiento para la “OFICINA CONTABLE DE ANA CLARETT SULBARAN PLAZA.”

1.6 Definición del problema

En el mundo y su alrededor se habla de la contabilidad, es así como específicamente en Venezuela, se dice que, se lleva el proceso de control monetario estableciendo mecanismos que permitan detectar a tiempo posibles desviaciones y corregirlas oportunamente, el cual se rige por los principios de honestidad, participación, celeridad, eficiencia, transparencia, rendición de cuentas, además, de responsabilidad en el ejercicio de las actividades a desarrollar con sometimiento pleno a la ley y al derecho.

A nivel mundial existe la motivación laboral, sin embargo, en algunas organizaciones no se toma mucho en cuenta al trabajador con dicho tema, pues lo principal es cumplir con los objetivos institucionales y no lo toman en cuenta, de igual forma, en Venezuela se ha venido observando este déficit lo cual afecta el desempeño del trabajador y de la organización, pues su talento humano no se siente incentivado para realizar cualquier labor.

En este sentido, la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” es una empresa que presenta esta problemática de la motivación laboral, por lo tanto, se ha visto afectado desde el cumplimiento de los objetivos de la misma hasta las relaciones personales de los trabajadores. Es importante señalar, que dentro de una empresa la mano de obra tiene un papel fundamental ya que son las personas quienes realizan las funciones de planear, organizar y controlar las operaciones contables que allí se ejecutan, con el objeto de que la organización ejecute sus actividades con el mejor desempeño. Sin las personas no habría logros en una empresa, ya que depende de ellos el éxito y prosperidad de la misma.

Por ello, que la institución debe lograr que el personal labore adecuadamente de acuerdo a sus exigencias y que el mismo se encuentre totalmente motivado para ejecutar sus competencias eficazmente y así cumplir con los objetivos establecidos. Sin embargo, para las empresas es todo un desafío encontrar las formas de motivar al personal para que aumenten su desempeño y muestren mayor interés en sus actividades.

Cabe destacar que, de acuerdo con el autor Santillán (2010), la gestión del conocimiento "representa una herramienta para la organización, haciendo uso de ella va a generar la información además del conocimiento útil para direccionar la organización hacia el mejor camino ", en consecuencia, la habilidad para tratar el conocimiento que posea una organización, será lo que marque la diferencia, representando sin duda, la clave para visualizar el cumplimiento de los objetivos de la organización, con la finalidad de que los conocimientos obtenidos se apliquen y compartan con los demás trabajadores dentro de la institución.

De igual forma, toda empresa debe analizar y gestionar de manera apropiada el conocimiento, para ejecutar las actividades con éxito, aunque es importante señalar que la motivación laboral también posee un papel primordial para que el trabajador ejecute sus capacidades y conocimientos con eficacia y eficiencia cumpliendo con los objetivos personales e institucionales.

En tal sentido, luego de estas consideraciones se observó esta problemática en el departamento de recursos humanos de la "Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza", donde para cualquier empresa es fundamental el conocimiento y que el mismo este incentivado, con una buena motivación laboral, para no solo crear el mismo, sino para identificarlo,

adquirirlo y facilitar que socialice y distribuya por medio de los demás trabajadores, que sea transmitido, aplicado y entendido por todos los departamentos de la organización.

De esta forma el empleado ejercerá sus competencias con motivación, permitiéndole a la institución establecer ventajas competitivas generadoras de valor a nivel interno y así mismo facilitar el cumplimiento de sus objetivos. Sin embargo, en muchas organizaciones no toman en consideración estos factores y constantemente encuentran trabas que perjudican su buen funcionamiento, lo que conlleva a realizar un análisis interno para encontrar los déficits que les impiden un correcto desempeño institucional, esto, en ocasiones, no es más que la poca motivación laboral que afecta al trabajador. Finalmente, se considera, aplicar varias técnicas de motivación laboral donde fortalecerán la gestión del conocimiento dentro el departamento de recursos humanos de la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”.

1.7 Propuesta de valor

El plan estratégico de la propuesta se enfoca en la optimización de la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza,” ya que actualmente se ve afectada por no incentivar al personal en la ejecución de sus actividades.

Por esta razón, se ejecutara un análisis de la actual situación en cuanto al proceso de motivación laboral que se está aplicando dentro del departamento de recursos humanos de dicha empresa. Así mismo, se procederá a planificar cuáles serán las técnicas adecuadas de motivación laboral para aplicarlas al personal de la empresa dentro del departamento de recursos humanos, y, por último, se realizaran todas aquellas actividades que se consideren necesarias para aplicar las técnicas de motivación laboral que se planificaran para fortalecer la habilidad del

conocimiento de los trabajadores, los cuales se vean incentivados a realizar sus labores con eficacia y eficiencia dentro de la organización, y así, a través de ello, la institución pueda cumplir los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo.

Cabe señalar, que la propuesta debe estar encaminada a corregir la problemática actual dentro de la organización, observando que, se puede ver afectado el futuro de la misma en cuanto al logro de los objetivos a largo plazo, mencionando que es el personal quien se encarga de hacer que todos los procesos contables se lleven a cabo con eficacia y eficiencia, y la falta de motivación puede ser la causa de que el personal no tenga el resultado que se espera.

1.8 Objetivos del trabajo de investigación

1.8.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico para la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

1.8.2 Objetivos específicos

Describir el macroentorno competitivo en el que debe introducirse el servicio de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

Definir los objetivos estratégicos de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

Proponer las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarial y finanzas de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

CAPITULO II. ANALISIS Y DIAGNOSTICO DEL ENTORNO

2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL)

2.1.1 Entorno político

El Entorno observado en Venezuela en los últimos años dificulta el desempeño de las organizaciones: escasez de divisas, falta de materias primas, siendo difícil su obtención, fuertes regulaciones del gobierno, inseguridad personal, contracción del comercio. Debido a esto, muchas empresas han cerrado sus puertas, pero otras han encontrado opciones para mantenerse activas a pesar de la crisis que enfrenta el país.

A medida que la situación se ha tornado difícil las instituciones han adoptado estrategias de implementación basadas en una buena planificación a corto plazo. Para muchas empresas, el objetivo principal no es ser competitivas con el logro de establecer posición en el mercado o la mejora y obtención de ventajas competitivas; ahora su principal meta es resultar adecuadas para

persistir. El punto fijado de los planes estratégicos ha disminuido: de años a semanas, incluso días.

Para Chiavenato (2016), “en años recientes, muchos países han visto un importante debilitamiento de su capacidad de sostenibilidad debido al veloz empobrecimiento de sus poblaciones; sea porque dejaron de recibir los subsidios de naciones poderosas, porque sus dirigentes no supieron encaminar sus economías para una transformación de prosperidad o, porque fueron víctimas de la acción depredadora de déspotas que no hicieron nada para fomentar la distribución de la riqueza generada en el país” (p.70). Un entorno que se ha mantenido hasta la actualidad, aunque es necesario mencionar que, en el transcurso del presente año, las ventas han aumentado significativamente, igual que el poder adquisitivo de los ciudadanos situación que ayuda con respecto al crecimiento de la organización.

2.1.2 Entorno económico

El aumento de la inflación tiene una consecuencia directa en el desempeño de las empresas, ya que encamina el alto aumento de los costos de producción. Una inflación tan elevada como la que tiene Venezuela en los últimos años causa, además, aumentos en los costos de materias primas, de mantenimiento y servicios en las empresas. En este sentido, las organizaciones se ven en la necesidad de disminuir la inversión que realizan en tecnología, capacitación del personal y mejora de procesos operativos de la misma. La disminución en las inversiones conduce a un deterioro progresivo. Las organizaciones se vuelven cada vez menos competitivas tanto nacional como internacionalmente.

Chiavenato (2016), nos dice que “los factores económicos afectan los objetivos de los negocios, por ejemplo, las etapas de los ciclos de los negocios, presentes y futuros, así como las tasas de inflación y de interés” (p.67). Cabe destacar, que la hiperinflación continua en aumento

lo que afecta la economía y progreso de la nación, actualmente ya los venezolanos remedian sus salarios para tratar de sobrevivir en esta crisis, y más aún para mantener a flote sus negocios o empresas.

1.2.3 Entorno social

En el gobierno del presidente Maduro se han realizado una gran cantidad de arrestos políticos, así como incontables protestas de los ciudadanos a nivel nacional. Las causas del cansancio de los ciudadanos empeoraron con la incompetencia del órgano legislativo y con numerosas violaciones de la Constitución. Un entorno político-social con estas características termina por incrementar la incertidumbre general. En Venezuela, los gerentes tienen mucho cuidado al momento de formular estrategias: los propósitos muchas veces son renunciados a medio camino, enfocados en esa meta superior que es la supervivencia.

Para Chiavenato (2016), “los valores sociales también han sufrido cambios en lo referente a las cuestiones relacionadas con las ganancias de las empresas, el deterioro del hábitat, y la inclusión de los desfavorecidos y las minorías” (p.71).

En vista de la crisis por la cual atraviesa el país, una gran cantidad de jóvenes profesionales ha tomado la decisión de emigrar, en busca de mejores oportunidades: desean vivir en países con mejor calidad de vida. Un proceso migratorio que ha afectado negativamente el desempeño y la formulación de planes estratégicos para progresar en las empresas venezolanas, al no contar con personal calificado y bien preparado.

2.1.4 Entorno tecnológico

La tecnología es fundamental para el progreso de cualquier empresa sea pública o privada. En este sentido, Chiavenato (2016), “la aceleración tecnológica comenzó con la invención del

microprocesador que afecto nuestras existencias más que todos los otros inventos. Los microprocesadores revolucionaron la recopilación, el procesamiento y la diseminación de datos. Provocaron grandes transformaciones en la tecnología de producción y actuaron significativamente en la velocidad del cambio tecnológico” (p.72).

Cabe destacar, que la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, destinada a prestar servicios contables y financieros, se caracteriza por ser una empresa tecnológica, ya que mientras la tecnología innova, la misma debe implementarse dentro de la organización de tal manera que ofrezca al público todo lo necesario en cuanto a operaciones computarizadas garantizando a sus clientes la mejor calidad en cuanto a los servicios ofrecidos. Es por ello, que cada organización debe adaptarse a las innovaciones tecnológicas para que así no haya un atraso empresarial que afecte el progreso de la misma en algún momento determinado.

2.1.5 Entorno ecológico

Al observar la situación de crisis política y económica-social que atraviesa Venezuela actualmente, se ha transformado en una preocupación de todos los ciudadanos. Sin embargo, los gobernantes y políticos desvían la atención de una problemática muy seria y con grandes consecuencias a largo plazo para toda la población, lo que se puede designar como una crisis ecológica y social. La cual se define como una perspectiva más sustentable de desarrollo tomando en cuenta lo ecológico y social que va desde un medio ambiente sensible y de una poca disponibilidad de recursos naturales, como de la diferencia social y de los grupos de poder político y económico.

Cabe señalar, que la producción de varias cosas en algunos lugares debe terminar o disminuir principalmente cuando estas actividades afectan los ecosistemas necesarios para subsistir, la producción de otras debe disminuir sobre todo aquella que afecta el aire que respiramos, y la producción de otras aumentar como lo son aquellos bienes y servicios que se producen con conocimiento en el bienestar y respetan los ecosistemas sin perjudicar el medio ambiente natural.

Chiavenato (2016), señala que “tal como en el caso de otros recursos naturales, todo dependerá de la forma en que las instituciones públicas y privadas se organicen para administrar el uso para el consumo, la agricultura y la industria” (p.72).

Es importante que, se logre analizar y reflexionar con respecto a una posible transformación ecológica y social de los esquemas de desarrollo en Venezuela con el fin de llegar a análisis grupales y propuestas positivas que se enfoquen en el diseño de políticas económicas, sociales y ambientales, y que de esta manera contribuyan a la mejora del resto de los espacios políticos hacia el largo plazo.

2.1.6 Entorno legal

En Venezuela las leyes laborales y económicas impiden el libre proceso de las empresas. Incluyendo aspectos tales como el respeto al Estado de derecho, libertad fiscal y gasto público, libertad empresarial, laboral, monetaria y comercial, libertad de inversión, financiera, entre otras. En el país tres de las regulaciones con mayor negatividad son la inamovilidad laboral, el control de precios y de compra de divisas.

En este sentido, la inamovilidad laboral, que tiene varios años de vigencia imposibilita a las organizaciones desincorporar trabajadores, incluso con causas justificadas de ausencia laboral o incapacidad profesional. Teniendo por consecuencia un efecto negativo en el rendimiento de las empresas, dado que justifica actos indeseables en ambientes laborales: faltas injustificadas al principio o al final de la semana, incumplimiento de los horarios, negación de las tareas encargadas, desobediencia a los jefes e incluso transmisión de climas organizacionales inadecuados. Muchos trabajadores han utilizado la inamovilidad laboral para negociar su salida de la institución con beneficios mayores a los establecidos en la Ley Orgánica de los Trabajadores y las Trabajadoras cuando se trata de renuncia.

La normativa con mayor auge en el desempeño de las empresas es el control cambiario o de adquisición de divisas extranjeras. Según Ernesto Blanco (2006), “Las empresas, al no tener acceso a las divisas para adquirir materias primas, han tenido que restringir la oferta de sus productos, redimensionar sus portafolios y priorizar las actividades que deben ejecutar para mantenerse operativas.” (p.6). Sin embargo, hay empresas que se conservan a pesar de todas las dificultades económicas, políticas y sociales que actualmente afectan el país, lo que se podría definir como: el venezolano de una u otra manera sobrevive con la situación actual.

2.1.7 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

MATRIZ MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
Progreso tecnológico a largo plazo	0.15	3	0.45
Oportunidad de empleo	0.10	3	0.30
Prestación del servicio a largo plazo	0.15	4	0.60
Amenazas			
Inflación	0.20	1	0.20

Mala gestión gubernamental	0.10	2	0.20
Escasez de combustible	0.15	1	0.15
Inestabilidad monetaria	0.15	1	0.15
Totales	1.00		2.05

Fuente: adaptado al modelo de D'Alessio (2008)

Tabla 1 Matriz MEFE

La matriz de evaluación de factores internos expresa, las oportunidades que se presentan en la empresa en el presente y futuro que permitan el progreso de la misma, y las amenazas que puedan generar un obstáculo que les impida en algún momento su progreso, o afecten el desempeño de la organización en un periodo de tiempo determinado. Por lo cual se hace necesario dicho análisis para ejecutar las acciones necesarias que preparen a la empresa ante cualquier adversidad u oportunidad tanto a corto como a largo plazo.

2.2 Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter

2.1.2 Negociación con proveedores

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, posee una buena negociación con los proveedores, lo que significa que el poder adquisitivo de materia prima es constante y seguro. A la hora de negociar con los proveedores, la adquisición de los productos con mayor demanda es de material de oficina, papelería, bolígrafos, grapas, carpetas, entre otros que son fundamentales para ejecutar el trabajo diariamente.

Es importante señalar, los proveedores al momento de la entrega del producto, dan un crédito de un total de quince días, para cancelar la factura en su totalidad, destacando que todos los materiales son de buena calidad, 100% garantizados. Sin embargo, se observa una desventaja con los mismos, ya que demoran en hacer la entrega del producto al realizar el pedido, y además, en cada entrega y, debido al constante aumento del valor del dólar, la factura incrementa y el

valor total o se mantiene constante como lo espera cualquier organización al momento de negociar con los proveedores.

2.2.2 Negociación con clientes

La “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, se caracteriza por ser una empresa destinada a la prestación de servicios contables y financieros a todas aquellas personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades económicas, tributarias, y financieras en el municipio y sus alrededores, quienes están obligados a declarar, y llevan un registro de sus ingresos y egresos mensuales para tener un control financiero y contable tal cual como lo exige la ley en Venezuela a la hora de registrar un comercio o firma personal dentro del territorio nacional.

Así mismo, la empresa ofrece a todos sus clientes el servicio que necesitan al contado, ya sea con forma de pago en efectivo, bolívares o dólares, con base del Banco Central de Venezuela y punto de venta, para mejor comodidad de los mismos, garantizándoles un buen servicio prestado por personas profesionales en la materia. De igual forma, la organización también cuenta con paquetes y descuentos dependiendo el servicio que necesiten, lo cual les facilita a los clientes obtenerlos todos en un mismo lugar y un costo más bajo.

2.2.3 Rivalidad entre competidores existentes

Cuando se trata de los competidores de la empresa es necesario mencionar que, el municipio cuenta con una gran cantidad de profesionales del área contable que ofrecen sus servicios, sin embargo, y debido a que la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” tiene una gran trayectoria con 27 años de fundación, la misma ha logrado captar una gran cantidad de clientes en el municipio y así mismo, es recomendada por la mayoría, lo cual no afecta en lo absoluto la competitividad. De igual manera, como se mencionó en el punto anterior, la

organización ofrece paquetes y descuentos para una mejor comodidad de las personas que requieren el servicio, y se ofrecen a un bajo costo, algo que no ocurre con los competidores, de tal manera que la empresa se mantiene constante con sus actividades en pro de las actividades económicas y de todos sus clientes a nivel municipal.

2.2.4 Desarrollo potencial de productos sustitutos

En el campo contable, considerablemente se observa una numerosa cantidad de servicios que ofrecer y tramitar para todas aquellas personas sea natural o jurídico que lo necesitan. Sin embargo, los profesionales en Administración también están autorizados para realizar la mayoría de estos servicios, lo cual afecta a los contadores públicos ya que, en algunos casos, ofrecen los mismos servicios a un costo más bajo que un contador.

De igual forma, es necesario mencionar que, para aquellas personas que ejercen actividades comerciales y económicas que requieren de los servicios contables, los mismos son exigidos y firmados en consecuencia por un contador público, lo que significa una ventaja para ellos. De tal forma que los clientes se dirigen específicamente hacia profesionales en contaduría, y en casos más mínimos a un administrador.

2.2.5 Entrada de nuevos competidores

Actualmente, existe una gran demanda con respecto a los servicios contables y así mismo, de profesionales que los ofrecen. Cuando se trata de nuevos competidores es necesario señalar que, aquellos que están comenzando a ejercer, normalmente ofrecen bajos precios a fin de captar clientes, lo cual tiene como consecuencia la atracción de aquellos clientes que no buscan la calidad, sin la economía. Sin embargo, para la empresa este no ha sido inconveniente alguno que le perjudique, ya que, como se ha mencionado, la organización posee una gran

cantidad de clientes que la prefieren no solo por brindarles el servicio, sino por la calidad y garantía de los documentos que allí se tramitan, lo cual genera satisfacción y comodidad para ellos.

2.2.6 Nivel de atraktividad de la industria

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, además de prestar un servicio, tiene una manera de incentivar a los clientes agradeciéndoles por el ingreso que le generan a la misma obsequiando tarjetas, promociones, calendarios u otros que son buenos para motivarlos a volver. Así mismo, posee un local comercial abierto de lunes a viernes en horario corrido de 8:00am a 5.00pm, y los sábados para comodidad de algunos clientes se labora desde el hogar, lo cual significa que, si algún cliente necesita algún documento un día sábado, se le atiende sin ningún problema.

De igual manera, la organización cuenta con una sede con mobiliario cómodo, tv, filtro de agua, juegos didácticos para aquellos clientes que vallan con niños, de tal manera de percibir la comodidad de cada uno de ellos mientras esperan que se les realicen los documentos o trabajos solicitados por los mismos.

2.2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Matriz MEFI

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Fortalezas			
Cientes fijos	0.20	4	0.80
Experiencia en la prestación del servicio	0.15	4	0.60
Trayectoria de 27 años	0.15	4	0.60
Paquetes y promociones	0.15	4	0.60
Servicios garantizados y de buena calidad	0.20	4	0.80

Debilidades			
Poco personal	0.05	2	0.10
Disponibilidad de material por atraso de los proveedores	0.05	2	0.10
Aumento de los costos debido al constante aumento del dólar	0.05	1	0.10
Totales	1.00		3.70

Fuente: Adaptado al modelo de D'Alessio (2008)

Tabla 2 Matriz MEFI

La matriz de evaluación de factores internos es una tabla que expresa las fortalezas que tiene la empresa, las cuales parten del análisis y obtención de los resultados obtenidos a través del trabajo y servicio prestado dentro de la misma, estas fortalezas permitirán a la empresa no solo la atracción de los clientes, sino también la perdurabilidad en el transcurrir del tiempo, algo que es muy positivo, ya que con ellos se da cumplimiento a los objetivos y metas establecidas. Además, expresa las debilidades, que son todas aquellas que se observan a través del análisis interno y externo de la organización, aquellos que pueden influir directamente en su desempeño, es por ello, que se debe realizar con frecuencia un análisis general, que detecte todos aquellos aspectos que puedan obstaculizar el progreso de la empresa.

CAPITULO III. ANALISIS Y DIAGNOSTICO INTERNO

3.1 Modelo de negocios CANVAS.

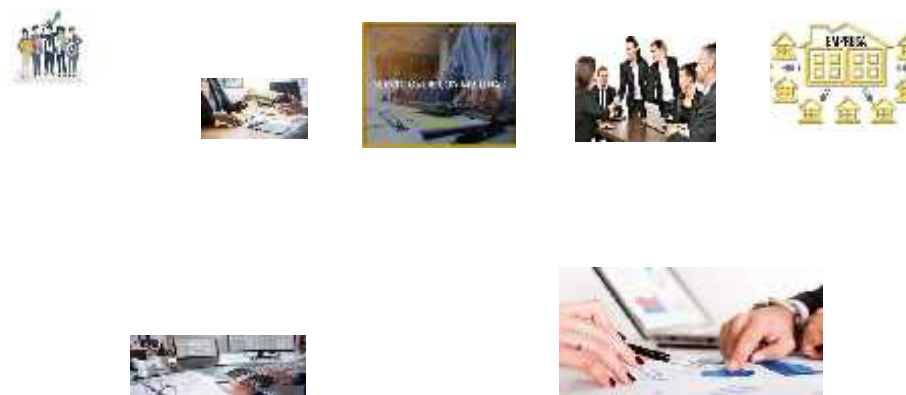


Figura 1 Modelo de Negocios CANVAS

Fuente Elaboración propia

Segmentación:

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, ofrece servicios contables y financieros a todas aquellas personas naturales y jurídicas que ejercen actividades económicas, y las cuales requieren de registros contables, registros diarios y demás, que deben suministrarse por un contador público. Además, ofrece servicios de contabilidad y asesoría para aquellas personas que necesiten declaraciones, certificaciones de ingresos, u otro tramite que también debe ser emitido por personas calificadas.

Socios claves:

Cabe señalar, que la finalidad de la empresa consiste en la prestación de servicios contables de calidad, por ende, los socios claves son fundamentales como lo son los proveedores, ya que ellos son quienes suministran el material necesario para ejecutar las actividades que necesitan los clientes, además de las instituciones preparadoras, que capacitan al personal de la empresa para que puedan ejecutar sus actividades con eficacia.

Actividades claves:

La “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, posee una ventaja competitiva ante las demás empresas como lo es la prestación del servicio 24 horas al día, los 7 días de la semana, ya que el personal que labora en la misma, también trabaja desde sus hogares, siendo completamente eficaz para todo aquel que lo necesite.

De igual forma, los servicios que la misma ofrece son de calidad y realizados por personas altamente calificadas con años de experiencia en el área, lo cual posibilita la captación de clientes quienes satisfechos de los servicios logran regresar y así mismo, recomendar a la organización.

Propuesta de valor:

Se trata de prestar servicios contables y financieros a todas aquellas personas naturales y jurídicas garantizados, realizados por las personas con experiencia en el área, los cuales se encargan de satisfacer las necesidades de los clientes con eficacia y eficiencia. Lo cual es fructífero para la empresa, ya que a través de ese proceso se logra captar clientes dentro del municipio y sus alrededores.

Relación con los clientes:

Cabe destacar, que la empresa cuenta con una serie de redes publicitarias a través de las cuales mantiene comunicación con los clientes, entre ellas se puede mencionar las redes sociales como Instagram, whatsapp, Facebook, telegram, entre otras que permiten distribuir la información sobre la empresa, además de las páginas web que, a pesar de haber perdido la demanda, funciona en algunas ocasiones con clientes que se encuentran lejos del municipio.

De igual forma, actualmente se puede observar por las distintas redes sociales una amplia gama de publicidad de todo tipo, lo cual ha generado una gran demanda, así como también la captación de clientes dentro del territorio nacional.

Estructura de costos:

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, dentro de su estructura de costo señala los costos variables de producción, los cuales ocupan un 70% entre materiales directos y mano de obra directa. Y, el 30% en gastos operacionales como lo son los gastos administrativos, financieros, de ventas, entre otros que forman parte de estos gastos.

Es importante señalar, que cualquier empresa que tenga por objetivo mantenerse en el transcurso del tiempo, debe tener una buena administración financiera, de materiales, de mano de obra, de tal manera que la misma le ofrezca las oportunidades de superarse ante cualquier adversidad y prevalecer a través del tiempo.

Fuente de ingreso:

La única y principal fuente de ingresos de la empresa es la prestación de servicios contables, financieros, y tramites que deban ser emitidos por un contador a personas naturales y jurídicas. Dichos servicios son de calidad y garantizados, ya que la trayectoria de la organización es larga, y su personal es calificado, con la experiencia en todos los servicios que ofrece la

misma. De igual manera, los clientes han sido la prueba de ello, demostrando satisfacción y conformidad a la hora de buscar sus pedidos.

3.2 Análisis funcional de la empresa.

3.2.1 Gerencia de la empresa

Para que una empresa funcione en su totalidad es fundamental el contar con un buen líder, un gerente que se incluya en los procesos de planificar, organizar, controlar y dirección de la misma, la cual tenga como resultado la consecución de los objetivos y metas establecidas para la organización. Así mismo, el gerente debe tener buena comunicación con su equipo de trabajo, con los empleados, toda la mano de obra que hace posible el trabajo planificado para la misma; señalando, que, en sentido contrario, la organización tendrá por consecuencias el fracaso y el cierre de la misma en un tiempo determinado.

En este sentido, para Ruíz (2017), “La administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en que los individuos trabajen en conjunto de manera eficaz y eficiente con el fin de llegar a objetivos específicos”. (p.1). Lo cual significa, que la gerencia va de la mano con la administración, un proceso para conseguir lo que se quiere para la empresa en un tiempo determinado, y de allí parte la idea de ser un buen gerente y sobre todo de valorar y agradecer el talento humano que ejecuta las actividades plasmadas, ya que sin ellos no tendría sentido trabajar.

Cabe destacar, que la empresa “Oficina Contable de la Licenciada Ana Clarett Sulbaran Plaza”, trata siempre de dar lo mejor para satisfacer a los clientes y sus exigencias, para así dar una buena imagen de la misma a la hora de alguna recomendación. Sin embargo, cuando se habla

de la gerencia, la misma se enfoca en la consecución de los objetivos planteados sin tomar en cuenta la motivación del personal. Algo muy importante y fundamental para ser una empresa líder en los servicios que ofrece a la colectividad.

Es importante señalar, que una empresa que tome en cuenta la motivación laboral de los empleados, será una empresa de éxito, ya que esto contribuirá a que los trabajadores se esfuercen más por realizar sus labores con eficacia para cumplir con las exigencias del gerente, que serán las de lograr el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas.

3.2.2 Recursos humanos

La gestión de los recursos humanos es fundamental para las organizaciones ya que de allí proviene el éxito o fracaso de la misma. El personal de una empresa es un factor primordial y un beneficio empresarial tanto a nivel interno, como a nivel externo, ya que la organización tiene como finalidad satisfacer a los clientes y sus exigencias, lo que lo distingue de los competidores por la calidad y eficiencia de los servicios que ofrece, para lo cual necesita del capital humano.

Destacando que, es importante que la organización emplee a personas que tengan la capacidad de cumplir con sus labores con eficacia y eficiencia, de tal manera que coadyuven al cumplimiento de los objetivos y funciones que tiene la empresa.

Por ende, los recursos humanos de una empresa, no solo es la captación de personal calificado o preparado, sino también el encargado de motivar a los trabajadores a realizar el trabajo con eficiencia de acuerdo a las estrategias que el mismo se plantee para lograrlas; de tal manera que logre satisfacer al gerente en cuanto a la prestación del servicio con eficiencia y en cuanto a la captación de clientes por sus buenos servicios.

Es importante mencionar que la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, debe adoptar las medidas y recomendaciones necesarias para tener una gestión de recursos humanos exitosa, basada en una buena comunicación y motivación del personal, para que así logre formar una empresa llena de armonía, eficacia y eficiencia dirigida al cumplimiento de las metas y objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo.

3.2.3 Investigación y desarrollo

La investigación y desarrollo en una empresa es una expresión establecida a aquellas actividades que alcance desarrollar la organización para obtener nuevos conocimientos tecnológicos o científicos, con el objetivo de ser aprovechados para la creación de nuevos materiales, productos, servicios o sistemas. Sin embargo, el término también puede ayudar a conseguir el avance de los servicios actuales.

Cabe destacar que, para López Cobia, David (2016) la investigación y desarrollo (I+D) “es el proceso de investigación en conocimientos científicos y técnicos, con el objetivo de desarrollar tecnologías para obtener nuevos productos, materiales o procesos. Para ello, en las actividades de I+D, será fundamental que pueda apreciarse un importante nivel de creatividad o novedad.” (p.1).

Es importante señalar que, este proceso permite laborar e implementar nuevas vías tecnológicas o conocimientos que alcanzan ser característicos dentro de una institución de tal manera que aquellos que estén dentro de un área específica utilizando dicho proceso, conseguirán innovar con nuevos servicios ofrecidos al mercado con la finalidad de adelantarse a las necesidades de los clientes, de acuerdo al servicio que la misma ofrezca.

En este sentido, la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, cuenta con un alto nivel de investigación y desarrollo, el cual ha dado la oportunidad de ofrecer a otras organizaciones y personas las tecnologías y conocimientos en cuanto a los servicios que la empresa ofrece, contribuyendo de esta manera a la consolidación de una sociedad en donde se busque el bienestar institucional y económico.

3.2.4 Finanzas

La planificación financiera es esencial en la mejora y en el desarrollo de una empresa no solo porque prevé eventos y pronostica lo que se debe hacer en un futuro, sino que también permite aplicar las técnicas o elementos necesarios en el momento correcto para corregir fallas en la gestión y reparar posibles desviaciones con el fin de cumplir a cabalidad con las metas y objetivos propuestos al inicio de cada etapa.

Cabe señalar, que las empresas que tienen éxito, son aquellas que implementan tácticas que les ayuden a mejorar y a ejecutar todas las actividades planteadas con eficiencia, siendo las finanzas aquellas que les permiten alcanzar un alto nivel en ingresos y prestación de servicios; por ello es fundamental contar con una buena gerencia y con un capital humano que se adapte a la planificación y las cumpla con eficiencia.

De igual forma, Navarro (2018), señala que “para lograr la eficiencia y la eficacia en las empresas; se propone la introducción de nuevas técnicas de análisis financiero que permitan obtener una mayor eficiencia económica, control y reducción de los costos y gastos. Para el logro de tales objetivos se hace necesaria la implementación de presupuestos”. (p.7). Lo cual confirma la importancia de una buena gestión empresarial, con una buena planificación y estrategias dirigidas a lograr el cumplimiento de las metas para la organización, tendrá como resultado una empresa exitosa y que perdure en el tiempo.

En este sentido, la “Oficina Contable de la Licenciada Ana Clarett Sulbaran Plaza”, se caracteriza por ser una empresa con una larga trayectoria prestando servicios a las personas que lo requieran, lo cual significa, que su gestión empresarial es buena, y que el control de las finanzas ha permitido que la misma cumpla sus metas en el transcurrir de los años. Señalando que, actualmente los procesos organizacionales se actualizan e innovan algunas características para progresar, y la empresa se adecúa a ellas para brindar un excelente servicio a sus clientes.

3.2.5 Logística y aprovisionamiento

Dentro de la tarea organizacional, se ubica la logística y aprovisionamiento, la cual se enfoca en el proceso de gestión y racionalización de la entrada de productos o materiales de producción a la empresa para garantizar que las demás operaciones de la serie de suministros funcionen adecuadamente. Pereda (2018) manifiesta que “el aprovisionamiento es una actividad clave en la cadena de suministros, pues gestiona para que la empresa disponga de un flujo continuo y controlado de los materiales que necesita para llevar a cabo su actividad, ya sea la producción y/o la venta”. (p.3). Asimismo, el material de producción es fundamental para que la empresa pueda prestar sus servicios, sin ellos o sin una buena distribución y almacenamiento, la misma estará generando una pérdida de trabajo que en algún momento tendrá como consecuencia la culminación de actividades de dicha organización.

Por su parte, Castañeda y Seclen (2020), expresan que “la logística de aprovisionamiento permite el control unilateral de los productos y distribuirlos eficientemente para acortar al máximo las operaciones de manutención, el tiempo y los errores, determinando dónde y cómo sería la distribución de los productos”. (p.4). Lo cual indica, que este proceso permite la correcta organización de esa materia prima la cual permitirá ejecutar las actividades planificadas para

cumplir con la organización y su propósito, y quien adopte las medidas correctas estará beneficiando a la empresa en su totalidad.

Es importante señalar que, la logística y aprovisionamiento en las empresas tiene una gran auge en sus métodos generando aportes a la empresa, logrando que los procesos productivos en general sean más óptimos, es por ello que la empresa “Oficina Contable de la Licenciada Ana Clarett Sulbaran Plaza”, aplica estrategias de logística y aprovisionamiento que, de acuerdo con sus proveedores y empleados logran cumplir diariamente con las funciones de la organización diariamente.

3.2.6 Operaciones

En una empresa la dirección de operaciones es un camino ordenado para implementar las interrogantes del proceso de evolución que transforma los insumos en productos útiles para la obtención de ingresos, este proceso manifiesta a la necesidad de saber si el producto o servicio que se está ofreciendo producirá los ingresos necesarios para que la organización permanezca en un largo tiempo, brindando satisfacción entre los clientes, empleados y gerentes de la misma.

En este sentido, las operaciones permiten lograr el buen desempeño en el transcurso de la producción del producto o servicio que la empresa ofrece a sus clientes, lo cual tiene por resultado un servicio eficaz, atrayendo usuarios, para así lograr los objetivos establecidos dentro de la organización.

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, pretende cumplir con todas aquellas tácticas de operaciones que le ayuden a subsistir a través del tiempo, generando satisfacción entre los clientes y empleados, y sobre todo ofreciendo servicios garantizados, de calidad y con eficiencia.

3.2.7 Marketing y ventas

Actualmente la implementación de los canales digitales se volvió un factor de vital importancia ya que por estos medios se realizan ventas sin concernir el espacio ni el tiempo. El marketing digital se convirtió en una herramienta fundamental para los mercados que están en constante competencia, en “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, se pudo observar que se considera de vital importancia la implementación del marketing digital y eso se aprecia en sus medios tecnológicos y digitales, hoy los consumidores cambiaron los hábitos, costumbres, actitudes y comportamiento de compra en el contexto digital.

Es importante mencionar, que la mayoría de empresas, o personas que ofrecen sus productos o servicios a personas o empresas en específico, aplican el marketing digital, a través de las redes sociales, la tecnología innova cada día más y con ella, las técnicas y estrategias de comercialización de las empresas, ya sea para algo mínimo las redes sociales brindan cualquier información que se necesite.

En este sentido, Kotler (2018) define el marketing digital como “Son actividades que las personas y empresas realizan por internet con el objetivo de captar nuevos emprendimientos de negocios y hacer prosperar una marca.” (p.27). Es importante mencionar que, el mercadeo es una estrategia fundamental para vender el producto además de captar clientes, y es depende de ello que la empresa pueda tener éxito o no, se observa que existen infinidad de aplicaciones y métodos que impulsan a las empresas a tener un marketing que llame la atención a todas aquellas empresas o personas que necesitan los servicios o productos que la misma ofrece.

Así mismo, para Da Silva (2019) los medios digitales son “un área en donde se origina la comunicación o el intercambio de información entre usuarios o creadores de contenidos digitales.” (p.28). lo cual indica, que la mercadotecnia a través de los medios digitales no implica

únicamente la venta o la posibilidad de ofrecer un producto o servicio, sino también es un canal de comunicación donde se puede conseguir todo aquello que se necesita, a un buen costo, todo ello depende de lo que la empresa pueda ofrecer a través de su marketing.

3.2.8 Servicios postventa

El servicio postventa abarca todas las gestiones de atención con los clientes una vez realizada la venta. La meta es conservar un buen trato con este para captarlo a la vez que se proyecta una buena imagen del servicio. Además, permite generar recomendaciones de la empresa a otras organizaciones o personas naturales que busquen los servicios que la misma ofrece.

. Es por ello, que la organización debe enfocarse en la materia prima, la mano de obra y el desempeño de ambos al momento de elaborar el producto o servicio, ya que, gracias a ello, dependen los resultados obtenidos, y, por ende, la venta y postventa del servicio.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027

4.1 Objetivo general 2023 a 2027

Implementar un plan estratégico para aumentar la rentabilidad de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, mediante el desarrollo de servicios contables destinados a personas naturales y jurídicas que ejercen actividades económicas y, que requieran de dichos servicios entre los años 2023-2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recursos humanos.

4.2 Objetivos estratégicos 2023 a 2027

- a. Ampliar las ventas totales desde un 12% anual promedio con tendencia al aumento desde las ventas del 2023 a 2027
- b. Reducir los costos de la empresa desde un 5% anual de 2023 a 2027
- c. Aumentar el nivel de valoración de los clientes y servicios de la empresa en un 10% en el lapso de tres (3) años.
- d. Planificar las técnicas adecuadas para desarrollar la imagen de la empresa a través de la prestación de servicios contables de calidad y 100% garantizados. Con personal calificado en el área.
- e. Mejorar las estrategias de marketing para crear confianza entre el cliente y la organización en un plazo de dos años.

4.3 Análisis de los objetivos estratégicos 2023 a 2027

- a. Ampliar las ventas totales desde un 12% anual promedio con tendencia al aumento desde las ventas del 2023 a 2027

Es importante señalar, que la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, la cual tiene una gran trayectoria prestando servicios contables, posee una ventaja en cuanto a la innovación, investigación y desarrollo en cuanto a los avances de la tecnología. Esto ha generado su durabilidad y la cantidad de clientes que actualmente tiene la organización. De igual forma, se tiene planificado reducir los costos innecesarios gestionando bien los recursos con los que cuenta y colocar los beneficios por encima de los gastos, aumentando la productividad y, por ende, las ventas.

Así mismo, se plantea la opción de continuar con dicha estrategia y otras más que contribuyan a seguir sirviendo a los clientes y a todo el que necesite, los mejores

servicios con los mejores costos y promociones que ayudaran a incrementar las ventas como se desea, en el tiempo establecido y como siempre, con el mejor personal experimentado.

- b. Reducir los costos de la empresa a partir de un 5% anual el 2023 a 2027

Para ello, se plantea analizar cuáles son las fuentes más rentables de la empresa, y cuales han generados perdidas, al tener el análisis se elaborará un plan de acción fijado en cada fuente rentable de tal manera que logre generar beneficios para la misma. De igual forma, se debe considerar la atención al cliente, lo cual es fundamental para atraer personas que van a invertir allí, y generar ingresos, además de innovar y cambiar el aspecto de la misma creando un ambiente agradable y propicio para laborar y atender a los clientes.

Sin embargo, el personal juega un papel muy importante, ya que, si no es eficaz, el resultado no será el mismo, por eso es necesario implementar técnicas de capacitación al personal para mejorar su desempeño a la hora de ejecutar sus actividades. Así mismo, aumentar la productividad también influye en la durabilidad de la empresa, y descrito en el objetivo número uno, se tiene una planificación para la misma.

- c. Aumentar el nivel de valoración de los clientes y servicios de la empresa en un 10% en el lapso de tres (3) años.

Cabe mencionar, que para este objetivo se plantea la valoración del cliente, que sean esenciales para que el negocio logre sus objetivos, así mismo, valorar los propios procesos, los cuales son importantes para la organización, el mantenimiento de la empresa en funcionamiento, el personal, asegurarse de cumplir los objetivos estratégicos

y las metas del desempeño. Son procesos que involucran los resultados, el control de las actividades y la gestión de la organización en general.

Por ende, para lograr lo mencionado, se debe contar con un modelo que sea comprensible para todos y que todos puedan observarlo; de tal forma que se pueda visualizar lo que se desea lograr y cómo hacerlo, obteniendo como resultado un buen desempeño funcional de la empresa.

- d. Planificar las técnicas adecuadas para desarrollar la imagen de la empresa a través de la prestación de servicios contables de calidad y 100% garantizados. Con personal calificado en el área.

Es importante mencionar, que, para este objetivo, la empresa ha planificado una serie de estrategias que parten del propósito de la misma, la visión, misión, valores, así como también el análisis de los clientes y cuál es el ideal para la organización, comprender quienes son y que quieren, responder a sus necesidades con eficiencia de la mejor manera posible. Otra estrategia es la implementación de encuestas, redes sociales, entrevistas, u otros que ayuden a definir las necesidades de los clientes y la capacidad de responder a ellas.

Sin embargo, las estrategias de marketing forman parte del objetivo, puesto que es una manera de relacionar al cliente potencial, atraerlo y generar ventajas ante la competencia. Destacando que se va a estudiar a los competidores para descubrir cuáles son las diferencias entre ambos, de tal manera que influya para destacarse, llamar la atención de los clientes y captarlos.

- e. Mejorar las estrategias de marketing para crear confianza entre el cliente y la empresa en un plazo de dos años.

Cabe señalar, que la empresa cuenta con estrategias de marketing digital, debido a que actualmente las investigaciones muestran que el 80% de las personas investiga en línea antes de obtener algún servicio vía electrónica, lo que significa que la publicidad digital juega un papel importante. Por esta razón, dichas estrategias se fundamentan en exponer la identificación y ubicación de la organización y servicio prestado, mostrando atracción e información efectiva de la empresa que pueda captar la atención de los usuarios y generar clientes. Igualmente poseer buen aspecto en las redes sociales, con la finalidad de que, si algún cliente se contacta, se brinde una consulta en el instante, respondiendo sus dudas, de forma coherente y con buena presencia.

CAPITULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la estrategia

5.1.1 Matriz FODA cruzada (MFODA)

La organización a través de la implementación de la matriz FODA cruzada lograra establecer una mejor comprensión de las necesidades de la organización y de esta manera, buscar las acciones a ejecutar que le permitirán solucionar las observaciones presentadas en la matriz, y de igual manera seguir direccionados a la consecución de los propósitos organizacionales.

Demostrando, que dicha matriz ayudara a definir los planes estratégicos para corregir los inconvenientes que este mostrando la empresa.

Cabe señalar, que para su aplicación en la organización, se identificaran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tiene la organización para ese entonces, y seguidamente las mismas, se unirán en la tabla MFODA para crear las tácticas que se necesiten para erradicar esas amenazas y debilidades que afectan en forma negativa el desempeño de la misma, de tal manera que se consiga lograr las metas y objetivos que la organización tiene planificadas a largo plazo.

Matriz FODA Cruzada (MFODA)

FACTORES INTERNOS	Fortalezas	Debilidades
	F1 Clientes fijos	D1 Poco personal
	F2 Experiencia en la prestación del servicio	D2 Disponibilidad de material por atraso de los proveedores
	F3 Trayectoria de 27 años	D3 Aumento de los costos debido al constante aumento del dólar
	F4 Paquetes y promociones	
	F5 Servicios garantizados y de buena calidad	
FACTORES EXTERNOS		

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O1 Progreso tecnológico a largo plazo	Realizar buenos paquetes y promociones de los servicios para atraer más clientes (F4 F5 O3)	Contratar personal que esté capacitadas y con experiencia en el área (D1 O2 O3)
O2 Oportunidad de empleo		
O3 Prestación del servicio a largo plazo		
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A1 Inflación	Planificar el aprovechamiento de los servicios a mediano plazo en atención al aumento de los ingresos de la empresa (F2 F4 F5 A1 A4)	Diseñar planes de prestación de servicios a buen costo que permitan adoptar personal de apoyo en la empresa (D1 D3 A1 A4)
A2 Mala gestión gubernamental		
A3 Escasez de combustible		
A4 Inestabilidad monetaria		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Matriz FODA Cruzada

5.2.1 Matriz Interna-Externa (MIE)

Para Castellanos (2015) “La matriz Interna – Externa está diseñada para la toma de decisiones estratégicas de carteras de negocios. Se basa en dos dimensiones clave: los totales ponderados de la matriz EFI para el eje de las x y los totales ponderados de la matriz EFE para el eje de las y” (p.217). Cabe señalar, que dicha matriz permite conformar las estrategias que serán necesarias para contrarrestar los obstáculos que afectan en forma negativa el desempeño de la institución, con el fin de que la empresa ataque esos impedimentos que no permiten trabajar con eficiencia.

De igual manera, para la implementación en la organización, se tomarán en cuenta los resultados del análisis interno y externo de la misma, y, de acuerdo con la tabla MIE se mostrará cuáles serán las decisiones estratégicas que deben considerarse para su aplicación y posterior ejecución dentro de la organización.

Resumen MEFE y MEFI

Matriz	Resultado
MEFE	2.05
MEFI	3.70

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Resumen MEFE Y MEFI

Matriz Interna – Externa

	4	3	2	1	
3		I	II	III	2,05 Matriz Externa
2		IV	V	VI	
1		VII	VIII	IX	
		3,70 matriz Interna			

Crecer y construir

Retener y mantener

Eliminar o desinvertir

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Matriz Interna-Externa

5.2 Selección de la estrategia

5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Matriz de estrategias vs objetivos estratégicos

Objetivos estratégicos	Ampliar las ventas totales desde un 12% anual promedio con tendencia al aumento de las ventas del 2023 a 2027.	Reducir los costos de la empresa desde un 5% anual de 2023 a 2027.	Aumentar el nivel de valoración de los clientes y servicios de la empresa en un 10% en el lapso de tres años.	Planificar las técnicas adecuadas para desarrollar la imagen de la empresa a través de la prestación de servicios contables de calidad y 100% garantizados. Con personal calificado en el área.	Mejorar las estrategias de marketing para crear confianza entre el cliente y la empresa en un plazo de dos años
Estrategias					
Realizar buenos paquetes y promociones de los servicios para atraer más clientes	x		X	x	x
Planificar el aprovechamiento de los servicios a mediano plazo en atención al aumento de los ingresos de la empresa	x	X		x	x
Contratar personas que estén capacitadas y con experiencia en el área.	x		X	x	
Diseñar planes de prestación de servicio a buen costo que permitan adoptar personal de apoyo en la empresa.	x		x	x	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Matriz De Estrategias Vs Objetivos Estratégicos

5.2.2. Estrategias seleccionadas

- Realizar buenos paquetes y promociones de los servicios para atraer más clientes.

Es importante mencionar que, una buena estrategia y su implementación conllevan al éxito y consecución de los objetivos de la organización, y, la creación de paquetes y

promociones juegan un papel importante debido a que atraen clientes, en tal sentido que, al querer buscar economía, la empresa le puede ofrecer promociones que les sirvan e inmediatamente los logran atraer. Señalando, que dicha estrategia permitirá tener una ventaja competitiva con las demás organizaciones y a su vez atraer más clientes para lograr el cumplimiento de la estrategia.

- Planificar el aprovechamiento de los servicios a mediano plazo en atención al aumento de los ingresos de la empresa.

Cabe señalar, que la empresa debe aprovechar al máximo los servicios que ofrece, de igual forma que la implementación de paquetes y promociones, los mismos servicios deben ser eficaces, con una excelente imagen, que permita obtener un incremento de los ingresos en un tiempo determinado, lo cual tendrá como resultado el cumplimiento de la técnica y, de los propósitos y metas establecidos por la organización.

CAPITULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 PLAN FUNCIONAL DE MARKETING

6.1.1 Situación actual de la gerencia de marketing

La Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, cuenta con una estrategia de mercadeo atractiva para sus clientes, a través de los diversos servicios en el área contable y

financiera tanto a personas naturales como jurídicas, disponiendo de una trayectoria triunfante que le ha permitido empoderarse en la población de Timotes y sus alrededores, reforzando una imagen de negocios rentable ofreciendo eficiencia y calidad en la dirección de su cartera profesional al público en general.

Cabe destacar, la importancia de manejar un plan funcional de marketing para conocer a profundidad el entorno organizacional, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, accediendo a la corrección y ajuste las situaciones que afectan la empresa. En este orden de ideas, se tiene presente los métodos más apropiados para atraer la mayor cantidad de clientela, que ayudara a soportar los costos operacionales durante el proceso productivo de la entidad.

En este sentido, se conocen los competidores directos que presentan características similares a la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, los cuales son un factor motivacional destinado a ejecutar las actividades de manera eficiente y certificada, con profesionales altamente capacitados en el ejercicio de sus funciones, disponiendo de tecnología avanzada la cual se adapte a las exigencias y demandas que ofrece el mercado, lo cual permite la automatización de la información contable en el menor tiempo posible, con el menor margen de error minimizando los costos operativos en la ejecución de las actividades realizadas.

Es preciso señalar, que la incursión de las redes sociales, han permitido una relación inmediata entre los clientes y los empresarios, ofreciendo sus servicios a mayor escala, es decir potenciando la oferta y la adquisición de los servicios contables, contando con la disponibilidad y accesibilidad para brindar asesorías, responder inquietudes y mantener un contacto personalizado con los usuarios, que requieran de atención profesional con ética y eficiencia.

6.1.2 Objetivos de marketing

- Lograr una aceptación profesional de la firma contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza en el Municipio Miranda, por su perdurabilidad y calidad en la prestación de sus servicios.
- Ampliar la cartera de clientes en la población de Timotes y sus alrededores, potenciando la oferta de sus servicios a personas naturales y jurídicas.
- Retener el mayor tiempo posible a los clientes, brindándoles atención personalizada y seguridad en la prestación de servicios contables.
- Obtener mejores ingresos que contribuyan al sostenimiento de la firma contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, apuntando a un crecimiento financiero en la prestación de servicios contables.

6.1.3 Acciones estratégicas de marketing

Toda organización para alcanzar los objetivos propuestos necesita aplicar distintas estrategias de mercadeo, con el propósito de mejorar su rentabilidad que es la finalidad que los dueños se han propuesto al momento de crear una empresa. Es por esta razón, que se debe realizar una planificación indispensable que corresponda con la misión y visión institucional, logrando un reconocimiento exponencial de la marca en los clientes, donde se le brinda seguridad y confianza en los servicios contables realizados.

Visto de esta forma, la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, para mantenerse durante sus 27 años en actividad constante, ha implementado diversas estrategias para ser rentable, considerando que su fortaleza radica en la visión de la gerente y dueña de la firma contable, donde se ha enfocado en la profesionalización de los servicios que ofrece, contando con un personal que responde a las exigencias del ejercicio de la contaduría pública, apuntando a

la sostenibilidad del negocio a través de la fidelidad de sus clientes que mantienen una estrecha relación laboral al verse beneficiados en la administración de sus empresas, evitando sanciones y multas fiscales por parte del SENIAT, lo cual permite consolidar a la firma en el Municipio Miranda como la pionera en el ramo contable, llevando un reconocimiento y prestigio por su trayectoria.

En este orden de ideas, se han implementado las siguientes estrategias de marketing para potenciar de forma integral la prestación de servicios contables entre las cuales tenemos:

1. ***Estrategia de Cartera:*** Es importante señalar en este aspecto, que el cliente es la prioridad para la firma contable, por lo cual se lleva un registro actualizado que permite identificar la cantidad de empresas que se están llevando como también se analiza las potenciales empresas que formaran parte de la relación laboral con la misma. Es por esta razón, que se mantiene informado a los clientes de la actuación de sus negocios, indicándoles a tiempo las fechas correspondientes de las declaraciones mensual, trimestral o semestral de IVA, cierre del ejercicio fiscal ISLR, elaboración anual de retenciones de ISLR que aplique los sueldos, honorarios, Alquileres, comisiones, contratista y subcontratista, cálculo de INCES y otras contribuciones, elaboración de certificaciones de ingreso y balances personales, permitiendo mejorar la relación con los clientes, encontrando nuevas oportunidades en el ofrecimiento de los servicios contables.

2. ***Estrategia de segmentación, posicionamiento y fidelización:***

- 2.1 ***Estrategia de segmentación:*** En cuanto a los servicios que ofrece la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, están comprendidos de acuerdo a la personalidad jurídica,

tomando en cuenta los requisitos que se le exigen para llevar las transacciones comerciales como lo requiere la ley, lo cual permite presentar las distintas áreas en materia de competencia como son: Auditoría financiera, administrativa, fiscal, operativa, asesoría tributaria, consultaría gerencial y económica, educación y capacitación profesional destinada a procurar la divulgación del conocimiento en las diferentes etapas de su actividad consultora, subcontratación de servicios de contabilidad, auditoría interna, nomina, diseño, elaboración e implementación de software de información contable, administrativa, financiera, fiscal y laboral, al igual que la tramitación de asuntos legales y administrativos ante institutos y organizaciones públicas y privadas.

En este orden de ideas, existe una segmentación en los servicios ofrecidos a los usuarios, destacando su personalidad jurídica, tomando en cuenta la diversidad de productos contables que realiza la firma, en pro del beneficio de las instituciones y personas naturales que requiere de atención profesional en materia administrativa, contable, laboral, fiscal y documentación exigida para la apertura de cuentas bancarias, adquisición de punto de venta, créditos bancarios para el emprendimiento comercial, entre otras. De esta manera, se consolida esta estrategia de segmentación, disponiendo de una gama de alternativas para los clientes y usuarios, con calidad garantizada que brindan los profesionales que laboran en dicha oficina contable.

2.2 Estrategia de posicionamiento: En cuanto a la capacidad técnica que cuenta la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, se dispone de un alto grado de preparación en el espacio administrativa–contable, permitiendo beneficiar a la población de Timotes y sus alrededores, ofreciendo servicios contables de calidad y confiabilidad, potenciando el

crecimiento de los pequeños y medianos comerciantes de la entidad, al satisfacer las necesidades requeridas por organismos públicos que constantemente supervisan y fiscalizan los locales comerciales. En este sentido, se puede decir que la empresa ha captado un mayor número de clientes debido a la trayectoria que ésta posee, donde los clientes se sienten identificados con el servicio ofrecido, minimizando los gastos operativos ocurridos por multas y sanciones por no llevar una contabilidad ajustada a la ley, siendo una alternativa para todos los comerciantes, como también personas naturales que requieran de sus servicios.

Así pues, se proyecta esta estrategia de posicionamiento de gran escala, basada en la atención personalizada a su cliente, precios accesibles que corresponden con la eficiencia del servicio ofrecido, ampliando la cartera de clientes a nivel del Municipio Miranda y zonas circunvecinas, aprovechando las fortalezas y oportunidades que existe en la región para la apertura y consolidación de pequeñas y medianas empresas, que solicitaran sus servicios contables a los profesionales más capacitados que brinden seguridad en sus actividades realizadas, a fin de mejorar la propuesta de negocios, impulsando su desarrollo y crecimiento económico.

2.3 Estrategia de fidelización: Es indispensable la relación estrecha que debe tener la organización con los consumidores para alcanzar el éxito por lo cual, para mantener un vínculo durante años, se necesita la implementación de técnicas que proporcionen valor agregado al consumidor final, otorgándole beneficios económicos que puedan satisfacer las necesidades laborales, generando rentabilidad sostenida con el transcurrir de los años. Dentro de estas perspectivas la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, durante sus 27 años de trayectoria ha sabido gerenciar sus funciones, creando una distinción de su marca por encima de las distintas oficinas contables que laboran en la población de

Timotes, consolidando la idea de negocio de forma integral, siendo reconocida por los pequeños y grandes comerciantes del Municipio Miranda, donde le muestran lealtad y fidelidad al mantenerse constantes en el pago de mensualidades, sin buscar otros profesionales en el área contable que les ofrezcan sus servicios . Esto se debe a la buena disposición del personal que labora en la firma, brindando excelencia en cada trabajo realizado, correspondiendo a una estrategia ganar-ganar de ambas partes.

3. Estrategia funcional: Con respecto a la posición que se tiene de la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza en el mercado, se deben plantear estrategias eficientes para alcanzar la mayor cantidad de clientes potenciales que estén dispuestos a pagar los servicios ofrecidos, considerando la calidad certificada por los profesionales en el área contable, por lo cual se presenta los componentes del marketing mix.

- **Producto:** Los servicios contables están dirigidos a dos tipos de clientes que son: personas naturales y personas jurídicas, donde se dispone de una variedad de trabajos a realizar considerando los requerimientos de los usuarios, donde se cuenta con personal capacitado para la elaboración de informes financieros exigido por instituciones bancarias, organismos públicos (SENIAT, INCES), lo cual permite fortalecer la eficacia del servicio ofrecido, mediante la estrategia de marketing para atraer a nuevos clientes potenciales que tengan necesiten de asesorías contables para la apertura de empresas dentro del Municipio Miranda.

- **Plaza:** Con respecto a la visión de la firma contable en la actualidad en el ofrecimiento de sus servicios, cuenta con un espacio adecuado para la atención personalizada a los compradores, donde se dan asesorías tributarias, contables para la gestión de un negocio

con la finalidad de aumentar la rentabilidad, también se cuenta con asesorías virtuales a través de whatsapp, Facebook, telegram, se ofrecen instalación de programas contables para las organizaciones de mayor crecimiento. De igual manera, se capacitan a empresarios a través de cursos, talleres y seminarios indicándoles las estrategias fundamentales en la gestión de su comercio.

- **Precio:** Una de las variables que se debe estudiar con detenimiento es el precio, porque los clientes tienen una capacidad de pago considerando su rentabilidad, por lo cual los precios deben ajustarse a la realidad que se presenta en el entorno económico del país, es decir que sean accesibles a las posibilidades de las personas naturales y jurídicas. En este sentido, la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, dispone de precios justos según sea en tipo de contribuyentes, lo cual se implementa el aumento de honorarios profesionales en relación a la economía inflacionaria que se presenta.
- **Promoción:** Los bienes y servicios para que el cliente los conozca deben ser promocionados a través de anuncios publicitarios, donde se perciba la calidad a ofrecer. Es por esta razón, que existen promociones que motivan a los usuarios a seguir manteniendo relaciones comerciales con las empresas. En este orden de ideas, a los consumidores de la Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, se les otorgan certificaciones, balances personales gratuitamente como parte promocional de su fidelidad durante varios años, como también asesorías personalizadas libre de costo entre otras, que fortalecen vínculos comerciales en los clientes.

6.1.4 Presupuesto

Para consolidar la estrategia de marketing, se debe contar con los recursos financieros necesarios que impulsen las técnicas de negocios, donde se definen los procesos a utilizar en cualquier momento, es importante señalar que el presupuesto nos permite enumerar una serie de actividades indispensables para la ejecución de la propuesta. Visto de esta forma, se tiene a continuación un plan funcional de presupuesto de marketing.

PLAN DE MARKETING INDUSTRIAL		Costo	
Acciones	Recursos	unitario	Total (\$)
		(\$)	
Elaborar un estudio de mercado, para conocer la cantidad de clientes potenciales dentro del Municipio Miranda	Contratación de un profesional en mercado	150,00	150,00
Manejo de redes sociales y publicidad web	960 horas x 1 persona	0,5	480,00
Difusión de información a través de publicidad en las redes sociales	Pago de publicidad a los proveedores de servicios por redes sociales	120,00	120,00
Ofrecer promociones en cuanto a los servicios que necesitan los contribuyentes, considerando aquellos servicios que tienen mayor auge dentro del municipio	Materia prima a bajos costos	50,00	50,00
TOTAL		320,50	800,00

Presupuesto del plan funcional de marketing

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7 Plan Funcional De Marketing

6.1.5 Ejecución de tareas del plan de marketing

Es necesario mencionar, que sin ningún plan de acciones a seguir dentro de alguna empresa u organización, se estaría cometiendo el error de desordenar las actividades, y no encaminarlas hacia la orientación adecuada que perjudica el desenvolvimiento de la misma, por esta razón, la empresa contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, en consideración con su plan de marketing, ejecutara la acción del estudio de mercado con la contratación de un profesional en mercadeo, que le ayudara a totalizar la cantidad de clientes potenciales que estén ubicados en el municipio, lo cual permitirá identificar las ventajas de la organización.

Señalando, que la acción del manejo de redes sociales se ejecutará a través de la implementación de 960 horas por 1 persona, lo cual permitirá aumentar los clientes con el uso de las redes sociales. Cabe señalar, que la difusión de información a través de publicidad en redes sociales se ejecutara a través de los proveedores encargados del manejo de las redes sociales, los mismos lograrán generar una buena publicidad con el objetivo de llamar la atención de los clientes que hacen uso de ellas, y para ello, contarán con la remuneración adecuada para el cargo.

Asimismo, el método de marketing que corresponde a ofrecer promociones considerando los servicios que poseen mayor auge en el municipio, se realizara con la alineación de la materia prima y dichos servicios, crear paquetes a precios justos de tal manera que los clientes se beneficien de ellos, logrando captar la atención de todos aquellos contribuyentes que requieran los mismos servicios, generando un aumento potencial de clientes a la institución permitiendo el logro de los propósitos de la misma.

6.2 Plan de operaciones

6.2.1 Situación actual de la gerencia de operaciones

La Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza, cuenta con un plan de operaciones muy organizado y detallado, el cual le permite permanecer con el transcurrir del tiempo ofreciendo sus servicios a toda la colectividad mirandina. El mismo, se puede describir de la siguiente manera:

En primer lugar, se realiza un inventario del material de producción, así mismo, el personal con cual cuenta la empresa para verificar las deficiencias de material y seguidamente solicitar a los proveedores. Una vez recibida la materia prima a los proveedores, se realiza su respectivo almacenamiento en las estanterías, donde corresponde. Cabe señalar, que al contar con suficiente material, se procede a verificar los equipos, si es necesario el mantenimiento de algunos, la conexión a internet, el mobiliario, entre otros que mantienen en funcionamiento a la institución.

Sin embargo, al verificar lo mencionado anteriormente, se realiza un análisis de desempeño del personal encargado de realizar las labores de la organización, para descubrir si se cumplen los propósitos de la empresa, tomando en cuenta el desempeño de los trabajadores con respecto a las exigencias de los clientes. Este proceso se realiza constantemente, y es lo que ha permitido a la institución mantenerse a pesar de la fuerte crisis por la que ha atravesado nuestro país.

6.2.2 Objetivos de operaciones

- Incrementar las ventas de los servicios contables y financieros en un 10%

- Obtener una rentabilidad de al menos un 5% sobre la inversión

- Disminuir los defectos de calidad en un 10%
- Capacitar al personal de producción para aumentar la eficacia de los trabajadores
- Fortalecer la difusión de la organización y sus productos

6.2.3 Estrategias de operaciones

Son planes que se implementaran en un tiempo establecido en el sitio de operaciones, donde se recolectan las técnicas que se ejecutaran para lograr la consecución de las metas. Realizándose con el objetivo de conseguir una delantera ante las demás empresas.

Estrategia de costos- capacidad

La empresa contable aplica la estrategia de costos para alcanzar la mayor ventaja competitiva, en el mercado elegido (firmas personales, contribuyentes), minimizando costos. Destacando, que esta estrategia no implica valor bajo o mala calidad en los servicios.

- Rebaja de costos en productos estratégicos
- Economías en proveedores
- Disminuir gastos en publicidad

Estrategia de calidad- procesos

Cabe señalar, que cuando se habla de calidad, se refiere al conjunto de características que conserva el servicio, que permite compensar las exigencias de los usuarios. En consecuencia, se trata de satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo un producto de calidad, y, disminuir los artículos defectuosos generando una calidad del proceso.

- Definir grupos de trabajo y departamentos de forma adecuada
- Analizar, mejorar y optimizar las actividades
- Evitar duplicidades de tareas y documentos
- Optimizar los recursos
- Analizar el estado actual y futuro de la empresa
- Analizar al personal y materia prima
- Brindar recompensas a labores que muestren resultados

Estrategia de flexibilidad-capacidad

Se refiere a la capacidad que posee la organización al mostrar a sus clientes una variedad amplia de productos, desde la maquinaria, producción, servicios, mercado, entre otros.

- Brindar autonomía en la distribución del tiempo
- Reducir tiempos en traslados
- Potenciar la creatividad de los equipos de trabajo
- Estimular a una buena comunicación
- Tomar en cuenta la opinión de los empleados

6.2.4. Presupuesto

PLAN DE OPERACIONES	Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Acciones			
Ejecutar planes para incrementar las ventas de los servicios contables y financieros en un 10%	400 horas x 3 personal	1,00	400,00
Planificar técnicas para capacitar al personal de producción para aumentar la eficacia de los trabajadores	72 horas x facilitador	1,50	108,00
Organizar estrategias para reforzar la publicidad de la empresa y sus productos	600 horas x 1 persona	1,00	600,00
Analizar los métodos que permitan disminuir los defectos de calidad en un 10%	200 horas x 2 trabajador	0,50	200,50
TOTAL		4,00	1.308,50

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8 Plan Funcional De Operaciones

6.2.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones

Cabe destacar, que la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, ejecutara los objetivos del plan de operaciones por medio de una planificación adecuada, la cual consiste en ofrecer un servicio de calidad con la implementación de paquetes, promociones y sobre todo la capacitación del personal a cargo, para que logren ejecutar sus actividades con eficiencia y eficacia con el objetivo de satisfacer las necesidades de los usuarios.

De igual forma, se busca aumentar la publicidad de la institución, ofreciendo los paquetes y promociones antes mencionados de manera constante, realizar una variedad de diseños publicitarios que se ajusten a las necesidades de los contribuyentes. Así mismo se realizará un análisis de desempeño, para eliminar de la lista aquellos servicios defectuosos que impiden un desempeño eficiente que se aboque a las exigencias del usuario. Y, por ende, se cumplan todos los objetivos operacionales con éxito, lo cual conllevara a la empresa, perdurar por mucho tiempo más con el transcurrir de los años.

6.3 Plan funcional de recursos humanos

6.3.1. Situación actual de la gerencia de recursos humanos

Es importante mencionar, que la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, se caracteriza por la prestación de servicios contables y financieros a todos aquellos usuarios que ejercen actividades económicas y los requieran, ofreciendo servicios garantizados, de calidad. Sin embargo, cuando se habla de recursos humanos, existe un déficit motivacional entre los empleados, ya que los mismos, no cuentan con una gerencia de recursos humanos que les motive e inspire a ejecutar sus actividades con entusiasmo, algo que es fundamental para que la empresa labore con el mejor desempeño y eficiencia.

Así mismo, se observa que la organización no cuenta con un sistema que incentive al personal a ejecutar las labores con un buen desempeño. Es por ello, que se desea lograr una planificación basada en la gestión de recursos humanos con el propósito de incentivar a todos los empleados que día a día se esfuerzan por dar lo mejor de sí para satisfacer las necesidades de los contribuyentes en cuanto a los servicios que ofrece.

Por lo tanto, uno de los propósitos institucionales se basa en capacitar al personal para que aumenten la eficacia, y motivarlos por medio de los grados, recompensas al empleado destacado, talleres motivacionales, entre otras actividades que sean de gran ayuda para aumentar el desempeño de los mismos, y lograr que trabajen con motivación, entusiasmo y sobre todo con eficacia.

6.3.2 Objetivos de recursos humanos

- Promover una comunicación adecuada dentro de la organización.
- Implementar programas de preparación para los trabajadores
- Planificar técnicas de motivación laboral para incentivar al trabajador
- Conocer las habilidades y fortalezas del personal, para incrementar su productividad en materia de ascensos
- Escuchar las ideas, opiniones e inquietudes del personal ante cualquier eventualidad laboral o personal, y prestar la ayuda necesaria al mismo.
- Generar un ambiente laboral adecuado
- Reconocer el trabajo del personal sobresaliente y aplicado en sus actividades

6.3.3 Estrategias

- Organizar, reuniones y talleres, donde se brinde la oportunidad a los trabajadores de expresarse en cuanto a diferentes situaciones laborales.
- Planificar técnicas de capacitación laboral de acuerdo al cargo que desempeñe cada trabajador
- Crear una cartelera del trabajador del mes, certificarlo y compensarlo para valorar su desempeño
- Realizar análisis de desempeño cada tres meses
- Organizar mesas de dialogo con los empleados para conocer las inquietudes y resolverlas mutuamente
- Ambientar cada oficina conforme a la comodidad del trabajador
- Capacitar al personal por lo menos cada seis meses

6.3.4 Presupuesto

PLAN DE RECURSOS HUMANOS	Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Acciones			
Buscar opciones que permitan implementar programas de preparación para los empleados	300 horas x 1 capacitador	1,00	300,00
Aumentar las técnicas de motivación laboral para incentivar al trabajador	24 horas x 1 trabajador	1,00	24,00
Analizar y conocer las habilidades y fortalezas del recurso humano, para incrementar su productividad en materia de ascensos	100 horas x 1 persona	1,00	100,00
Crear un ambiente laboral adecuado para los trabajadores	200 horas x 3 trabajador	1,00	200,00
TOTAL		4,00	624,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Plan De Recursos Humanos

6.3.5. Ejecución de tareas del plan de operaciones

En cualquier empresa u organización en el mundo, se maneja un recurso humano, y es allí, donde se comienza una administración del personal, como lo maneja, como lo ubica, como le retribuye, como lo incentiva, capacita, entre otros. Es por ello, que la firma contable, en vista del déficit de motivación laboral que presenta en la actualidad, ha planificado ciertas técnicas que impulsen e incentiven al personal a realizar sus labores con eficacia.

Es importante señalar, que la empresa adoptara ciertas medidas que influyan en los recursos humanos, como lo son, la contratación de una persona con experiencia que capacite al personal de acuerdo al cargo que desempeñe cada uno, así mismo, buscara la ayuda de algún orientador que organice talleres de motivación laboral para incrementar la autoestima que es fundamental a la hora de ejecutar las actividades diarias de cada uno. De igual forma se realizará un plan para certificar al trabajador más destacado cada mes, de tal manera que se motiven a realizar cada vez mejor sus responsabilidades dentro de la organización.

Del mismo modo, el gerente de la organización se encargara de reunirse con el personal para analizar el desempeño laboral de cada uno de ellos para reconocer las destrezas y habilidades que poseen, lo cual permitirá seleccionar con facilidad al trabajador del mes, y, por último, realizar un recorrido en cada uno de los departamentos que conforman la empresa para determinar los defectos en cuanto a la ambientación, y modificarlas, para crear un ambiente laboral adecuado, y contribuir a una buena gestión de recursos humanos destinada a la consecución de los objetivos organizacionales a corto, mediano y largo plazo.

6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

6.4.1 Situación actual de la RSE

Con el transcurrir del tiempo, la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, se ha mostrado interesada y dispuesta a ayudar a la sociedad y al medio ambiente, comenzando principalmente por ofrecer un servicio de calidad, prestar un excelente trato al cliente además de generar una mirada social positiva en la comunidad. Por lo tanto, la gestión de la organización incorpora preocupaciones socioambientales en sus operaciones, con el objetivo de reducir el impacto negativo de los servicios, su distribución y mantenimiento dentro de la comunidad mirandina.

Reyes,E. (2013), señala que “La responsabilidad social empresarial más allá de crear un compromiso entre las empresas y sus trabajadores ha de incluir igualmente a la comunidad” (p.24). Es importante hacer mención, que la organización en cuanto a la ejecución de la RSE, tiene como iniciativa los compromisos sociales, económicos, con minorías y ambientales, los cuales trabajan en pro del beneficio de los contribuyentes y pobladores del municipio y pueblos aledaños.

De igual forma, este sistema ha permitido implementar los esfuerzos para preservar el medio ambiente, a través de las técnicas que emplea la organización y sobre todo, con la finalidad de crear un negocio sostenible en el sentido amplio, en el cual se respeta a las personas y al medio ambiente en todas las etapas del proceso de elaboración y comercialización del servicio.

6.4.2 Objetivos de RSE

- Respetar el entorno ecológico en todos los procesos de elaboración del servicio
- Realizar programas de reciclaje y eficiencia energética

- Generar un impacto social positivo invirtiendo tiempo y recursos para ayudar y desarrollar el entorno de la comunidad mirandina
- Colaborar con organizaciones que apoyen diferentes causas en relación a personas en situaciones de vulnerabilidad
- Promover los derechos humanos con políticas de anticorrupción y respeto del cumplimiento de las leyes

6.4.3 Actividades de RSE

- Optimización de cadenas de suministros, reutilización del agua
- Adopción de programas de reciclaje, implementación de energía renovable
- Capacitación laboral para personas con deficiencia
- Donaciones a organizaciones no gubernamentales, participación en programas de voluntariado
- Garantizar la diversidad en la fuerza laboral según la raza, género y orientación sexual

6.4.4Presupuesto

PLAN DE RSE	Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Acciones			
Hacer donaciones	24 horas x 1 benefactor	1,00	24,00
Poner en marcha políticas de reciclaje	72 horas x 2 trabajador	0,50	36,00
Organizar actividades solidarias para financiar algún proyecto en beneficio de la comunidad	100 horas x 3 trabajadores	1,50	150,00
Promover el uso de energías renovables en la organización	100 horas x 3 trabajador	1,00	300,00
TOTAL		4,00	510,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 Plan De Responsabilidad Social Empresarial

6.4.5 Ejecución de tareas del plan de RSE

Cabe mencionar, que la organización ejecutara el plan de responsabilidad social empresarial por medio de las siguientes actividades:

En primer lugar, donar con la finalidad de promover la sustentabilidad, apoyando las organizaciones no gubernamentales (ONG) y las causas de voluntariado. Una vez realizado, pondrá en marcha una política para reciclar, con la reutilización de algunos productos que se utilizaron en otro proceso de creación de servicios, los plásticos y el papel que se van a transformar y enviar de nuevo a los almacenes.

De igual forma, otro punto que la organización empleara, será la adaptación de una política salarial buena, para todos los empleados de la empresa, asimismo laborar con otras organizaciones que apliquen las técnicas de sustentabilidad.

Es importante mencionar, que la organización ejecutara acciones de inclusión social así como emplear personas con discapacidad, los cuales se muestran ignorados y discriminados por la sociedad. De igual forma, promover buenas condiciones de trabajo brindándoles la comodidad por medio de la disminución de horas extra, concurrencia en los turnos, horarios flexibles, entre otros que generen satisfacción entre los empleados y la empresa.

6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera

6.5.1. Situación actual de la gerencia financiera

La gerencia financiera para la empresa es la herramienta clave que otorga el control, mejorar los procesos de toma de decisiones, así como el nivel de logro de objetivos y metas organizacionales, de tal forma que ha permitido a la organización perdurar en el tiempo lo cual no es tarea fácil para cualquier empresario. Sin embargo, factores tan importantes como lo son

dedicarle tiempo, esfuerzo y mucho trabajo, es necesario tener el control de la situación, un control que la gerencia financiera proporciona debido a que ha permitido implementar medidas y estrategias para corregir errores de gestión o enmendar posibles desviaciones dentro de la organización.

Es importante mencionar, que la gerencia financiera ha sido muy útil y eficiente para la firma contable, ya que ha permitido adaptarse a los cambios generando beneficios sostenibles en el tiempo. Es por ello primordial para la organización ejecutar muy cuidadosamente dicha gerencia para perfeccionar el trabajo, la economía y, también fijar los departamentos que no tienen una operatividad adecuada y necesitan de atención inmediata para mejorar los servicios a fin de conseguir las metas organizacionales.

Sin embargo, se manifiesta que esta herramienta es indispensable para garantizar la consecución de las metas permitiendo anticiparse a los problemas que puedan aparecer más adelante, y establecer un plan a seguir. Al igual que brinda la oportunidad de fijar técnicas efectivas para la economía de la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, permitiendo tomar las mejores decisiones efectivas y eficaces.

6.5.2 Objetivos de finanzas

Los objetivos financieros de la firma contable, han sido fundamentales para su crecimiento, pues han fortalecido la economía, incluyendo al personal hacia la misma meta.

- Hacer un balance de presupuesto, equilibrado y bien planificado
- Establecer un fondo de emergencia que le permita tener el soporte necesario para salir adelante
- Diversificar y aumentar las fuentes de ingreso para garantizar su estabilidad financiera
- Reducir la rotación de empleados

-Garantizar la sostenibilidad financiera para asegurar la economía eficaz.

6.5.3. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027

INVERSIONES	INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VIDA UTIL
ACTIVO NO CORRIENTE							
Papelería	200,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	2
Mobiliario	800,00				300,00		10
Equipos informáticos	1.000,00			800,00			5
Local comercial	10.000,00						30
Conexión wifi	300,00		50,00		50,00		3
TOTAL DEL NO CORRIENTE	12.300,00						

Fuente: elaboracion propia

Tabla 11 Plan De Inversiones

La empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza”, posee una inversión inicial de 12.300,00 \$ la cual ha logrado mantener a la institución por un tiempo determinando, estableciendo contacto con la comunidad y captando clientes a gran escala. De igual forma, la

imagen de la empresa ha sido de gran auge para lograr lo dicho anteriormente, logrando así conseguir las metas establecidas inicio de sus operaciones.

Además, se tiene planificado cada año realizar una inversión en el mantenimiento de la organización, destacando principalmente los equipos y la papelería, ya que ambos son la principal fuente de ingresos sin mencionar la mano de obra. Dicha inversión será de la siguiente manera:

En el primer año de 50\$ invertidos en papelería

En el segundo año de 100\$ invertidos en material de producción e internet

En el tercer año de 850\$ los cuales serán invertidos en papelería y equipos informáticos

En el cuarto año de 400\$ invertidos en papelería, wifi y mobiliario

Y, en el quinto año de 50% en papelería.

6.5.4 Proyección de ventas 2023-2027

TIPO DE CLIENTE	2023	2024	2025	2026	2027
Precio A	\$47.085,00	\$50.380,95	\$53.907,62	\$57.681,15	\$61.718,83
Totales	\$47.085,00	\$50.380,95	\$53.907,62	\$57.681,15	\$61.718,83

Fuente: elaboración propia

Tabla 12 Proyeccion De Ventas

Las ventas de la firma contable son pieza primordial en la consecución de las metas de la misma, las cuales en la tabla expresan positividad proyectada para los próximos cinco años,

destacando el incremento anual de las ventas en un 7% anual, lo cual genera altas probabilidades de obtener ingresos por medio de los servicios que presta la organización.

De igual forma, la empresa implementara estrategias que le permitan atraer contribuyentes para aumentar aún más las ventas, con el propósito de cumplir cada meta institucional.

6.5.5 Proyección de costos y gastos operativos 2023-2027

DESCRIPCION	RESUMEN DE COSTO DE VENTAS ANUALES					
	2023	2024	2025	2026	2027	Total
Materiales, suministros	\$542,00	\$579,94	\$620,54	\$663,97	\$710,45	\$3.116,90
Mano de obra directa	\$3.840,00	\$4.108,80	\$4.396,42	\$4.704,17	\$5.033,46	\$22.082,84
Costos indirectos al servicio	\$48,00	\$51,36	\$54,96	\$58,80	\$62,92	\$276,04
Totales	\$4.430,00	\$4.740,10	\$5.071,91	\$5.426,94	\$5,806,83	\$25.475,77

Fuente: elaboración propia

Tabla 13 Costos Y Gastos Operativos

Como toda empresa, la “Oficina Contable De Ana Clarett Sulbaran Plaza”, organiza sus egresos para tener un control adecuado que le permita equilibrar su negocio, destacando entre

ellos la proyección de los próximos años, los cuales prevén entre materiales y suministros, mano de obra directa y costos indirectos al servicio un total de 25.475,77\$ en cinco años.

Así mismo, la empresa aplica estrategias que le ayudan a controlar aquellos gastos innecesarios que solo permiten hacer inversiones inadecuadas de los ingresos. Permitiéndole generar una estabilidad económica dentro de la institución.

6.5.6. Calculo del capital de trabajo 2023-2027

Existencias iniciales	
Tesorería (Caja Bancos)	9.000,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 14 Capital De trabajo

La empresa hasta los momentos posee un capital existencial de 9.000,00 \$, el cual representa los fondos disponibles para satisfacer sus necesidades en este momento y más adelante, realizar las operaciones y operar de forma continua. Por ende, la organización económica de la empresa debe ser factible ya que la misma depende de dicho capital.

Sin embargo, que dicho capital ha sido benefactoría para permitirle a la organización realizar todas sus actividades sin obstáculos económicos que le impidan progresar, destacando que, ante cualquier tropiezo, la misma está preparada para enfrentarlo y continuar el camino hacia el éxito.

6.5.7 Estructura y opciones de financiamiento 2023-2027

FINANCIACIÓN		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		15.000,00					
PRESTAMOS		6.300,00			3.000,00		
CONDICIONES	Tipo de interés	24%			25%		
	Años	2			2		
TOTAL FINANCIACION		21.300,00			3.000,00		

Fuente: elaboración propia

Tabla 15 Opciones De Financiamiento

Las finanzas en la institución, conforman un total de 15.000,00\$ en recursos propios, por lo cual la organización se vio en la obligación de realizar un préstamo bancario de 6.300,00\$, analizando que para el 2025, conforme a las estimaciones, se planea realizar otro préstamo al banco de 3.000,00\$ con un 25% de interés por dos años igualmente.

Esta planificación permitirá a la organización, continuar ante posibles desviaciones, y, realizar todas las actividades operativas eficientemente durante cinco años aproximadamente.

6.5.8 Estado de resultado proyectado 2023-2027

DESCRIPCION	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027

Estado de Resultado					
Ventas	\$47.085,00	\$50.380,95	\$53.907,62	\$57.681,15	\$61.718,83
Costo de Servicio	\$4.430,00	\$4.740,10	\$5.071,91	\$5.426,94	\$5.806,83
Margen Bruto	\$42.655,00	\$45.640,85	\$48.835,71	\$52.254,21	\$55.912,00
Gastos de Ventas	\$620,00	\$663,40	\$709,84	\$759,53	\$812,69
Gastos de Publicidad	\$210,00	\$224,70	\$240,43	\$257,26	\$275,27
Gastos Administrativos	\$7.872,50	\$8.470,08	\$9.805,98	\$9.982,90	\$10.303,70
Utilidad Operativa	\$33.952,50	\$36.282,68	\$38.079,46	\$41.254,52	\$44.520,34
Gastos por intereses	\$1.219,57	\$474,54	-	-	-

Utilidad Antes de Impuesto	\$32.732,93	\$35.808,14	\$38.079,46	\$41.254,52	\$44.520,34
Impuesto sobre la Renta (34%)	\$11.129,20	\$12.174,77	\$12.947,02	\$14.026,54	\$15.136,92
Utilidad Neta	\$21.603,73	\$23.633,37	\$25.132,45	\$27.227,99	\$29.383,43

Fuente: elaboración propia

Tabla 16 Estado De Resultado Proyectado 2023-2027

La empresa “Oficina Contable De Ana Clarett Sulbaran Plaza”, por medio de la tabla expresa la liquidez que generara en el transcurso de cinco años, 2023 al 2027, dicha tabla demuestra las pérdidas y ganancias en ese periodo de tiempo, observando que no existe inconveniente alguno que le impida su progreso. De igual forma, planea diseñar estrategias que aborden la proyección a ejecutar tal cual lo indica, resaltando, la consecución de los propósitos organizacionales establecidos en un tiempo determinado.

En el cual, se obtiene como resultado una utilidad neta para el año 2023 de 21.603,73\$, para el año 2024 de 23.633,37\$, para el 2025 de 25.132,45\$, para el 2026 de 27.227,99\$ y para el año 2027 una utilidad neta de 29.383,43\$.

6.5.9 Estado de situación financiera proyectado 2023-2027

DESCRIPCIÓN	2023	2024	2025	2026	2027
ACTIVO					

ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y equivalente de efectivo	S/ 29.955,45	S/ 62.241,07	S/ 100.320,53	S/ 141.575,05	S/ 166.426,45
Clientes					
Total activo corriente	S/ 29.955,45	S/ 62.241,07	S/ 100.320,53	S/ 141.575,05	S/ 166.426,45
ACTIVO NO CORRIENTE					
Propiedad, Planta, Equipo					
Total Activo no corriente	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
TOTAL ACTIVO	S/ 29.955,45	S/ 62.241,07	S/ 100.320,53	S/ 141.575,05	S/ 166.426,45

PASIVO PATRIMONIO					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por pagar comerciales	S/ 24.479,01	S/ 27.277,48	S/ 30.434,57	S/ 33.999,81	S/ 38.029,84
Total Pasivo Corriente	S/ 24.479,01	S/ 27.277,48	S/ 30.434,57	S/ 33.999,81	S/ 38.029,84
PASIVO NO CORRIENTE					
Préstamos bancarios por pagar	S/ 3.522,52	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
Total Pasivo No Corriente	S/ 3.522,52	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
TOTAL PASIVO	S/ 28.001,53	S/ 27.277,48	S/ 30.434,57	S/ 33.999,81	S/ 38.029,84

PATRIMONIO					
Capital					
Resultados acumulados					
Total Patrimonio	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00	S/ 0,00
TOTAL PASIVO, Y PATRIMONIO	S/ 28.001,53	S/ 27.277,48	S/ 30.434,57	S/ 33.999,81	S/ 38.029,84

Fuente: elaboración propia

Tabla 17 Estado De Situación Financiera Proyectado 2023-2027

La firma contable, en la tabla expresa los activos, pasivos y patrimonio proyectado en cinco años, proporcionando información sobre su estado financiero, recalcando el esfuerzo empresarial en dicho periodo de tiempo y generando el reporte del valor económico, el cual expresa como resultado el pasivo + patrimonio para el año 2023 de **28.001,53\$**, en el 2024 de **27.277,48\$** observando una disminución en comparación al total del año 2023, para el 2025 tenemos un total de **30.434,57\$** el cual ha incrementado positivamente, para el año 2026 un total de **33.999,81\$** incrementado sobre el valor del año anterior, y, para el año 2027 tenemos un total de **38.029,84\$** el cual indica un aumento significativo en comparación al total del año 2027.

6.5.10 Flujo de caja proyectado 2023-2027

	2023	2024	2025	2026	2027
Entradas de Dinero					
Ventas al contado	\$47.085,00	\$50.380,95	\$53.907,62	\$57.681,15	\$61.718,83
Credito Proveedores					
Total Entradas	\$47.085,00	\$50.380,95	\$53.907,62	\$57.681,15	\$61.718,83
Salidas de Dinero					
Costo de Servicio	\$4.430,00	\$4.740,10	\$5.071,91	\$5.426,94	\$25.475,77
Credito Clientes					
Dividendos					
Gastos de Ventas	\$620,00	\$663,40	\$709,84	\$759,53	\$812,69
Gastos de Publicidad	\$210,00	\$224,70	\$240,43	\$257,26	\$275,27
Gastos Administrativos	\$7.872,50	\$8.470,08	\$9.805,98	\$9.982,90	\$10.303,70
Gastos por intereses	\$1.219,57	\$474,54			
Impuesto a la renta 29.5%					

Inversion en Instalaciones administrativas					
Inversion en Muebles, Enseres y Equipos Diversos					
Total de Salidas de Dinero	\$14.352,07	\$14.572,81	\$15.828,15	\$16.426,63	\$36.867,44
Variación del capital de trabajo	\$32.732,93	\$35.808,14	\$38.079,46	\$41.254,52	\$24.851,39
Flujo, de Caja Libre					
Variación del capital de trabajo	\$32.732,93	\$35.808,14	\$38.079,46	\$41.254,52	\$24.851,39
Saldo Inicial		\$29.955,45	\$62.241,07	\$100.320,53	\$141.575,05
Flujo de Efectivo Neto	\$32.732,93	\$68.541,07	\$106.620,53	\$147.875,05	\$172.726,45
Abono a Préstamo	\$2.777,48	\$3.522,52	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Saldo de, Efectivo Final	\$29.955,45	\$62.241,07	\$100.320,53	\$141.575,05	\$166.426,45

Fuente: elaboración propia

Tabla 18 Flujo De Caja Proyectado 2023-2027

La organización en la tabla nos permite estimar las necesidades futuras de efectivo, dando a conocer su flujo de caja que tiene gran importancia para predecir determinadas situaciones que puedan poner en riesgo el progreso de la empresa.

Asimismo, se observa que en las salidas de liquidez son menores a las entradas, permitiendo establecer un equilibrio positivo para la organización, donde el progreso de cualquier empresa se basa en obtener más ingresos que gastos. Concluyendo en que el saldo total es positivo para la firma contable, tal como se espera para permitir el progreso empresarial.

6.5.11 Punto de equilibrio 2023-2027

Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias					
Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Costos Fijos	S/ 9.092,07	S/ 9.775,02	S/ 9.805,98	S/ 9.982,90	S/ 10.303,70
Costos Variables	S/ 5.050,00	S/ 5.403,50	S/ 5.781,75	S/ 6.186,47	S/ 6.619,52
Ventas Netas	S/ 47.085,00	S/ 50.380,95	S/ 53.907,62	S/ 57.681,15	S/ 61.718,83

Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	S/ 10.184,38	S/ 10.949,37	S/ 10.984,05	S/ 11.182,22	S/ 11.541,57
--------------------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: elaboración propia

Tabla 19 Punto De Equilibrio En Unidades Monetarias

Punto de Equilibrio en Cantidades CF/MC					
Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Precio de Venta Unitario (PVU)	S/ 8,00	S/ 10,00	S/ 15,00	S/ 18,00	S/ 20,00
Costos Variables (CV)	\$5.050,00	\$ 5.403,50	\$ 5.781,75	\$ 6.186,47	\$ 6.619,52
Cantidad de servicios a Prestar	500	600	700	800	900
Costo Variable Unitario (CVU)	\$ 10,10	\$ 9,01	\$ 8,26	\$ 7,73	\$ 7,36
Margen de, Contribución (MC) = PVU – CVU	\$ -2,10	\$ 0,99	\$ 6,74	\$ 10,27	\$ 12,64
Costos Fijos, (CF)	\$ 9.092,07	\$ 9.775,02	\$ 9.805,98	\$ 9.982,90	\$ 10.303,70
Punto de Equilibrio, en Cantidades CF/MC	-4330	9832	1455	972	815

Fuente: elaboración propia

Tabla 20 Punto De Equilibrio, en Cantidades

Las empresas se crean con la finalidad de generar valor por medio de una actividad económica, y es normal que en algún momento se logre un punto de: equilibrio entre los ingresos

y egresos, que no existe ni pérdida, ni ganancia. Destacando, que este punto equilibrio permite definir el momento en que una empresa cubre los ingresos y egresos al mismo nivel.

Además, el punto equilibrio permite saber cuánto se necesita vender para generar ganancias. Cabe destacar, que las tablas presentadas, indican el punto equilibrio de la empresa “Oficina Contable De Ana Clarett Sulbaran Plaza” en unidades monetarias y en cantidades observando variedad en los totales de ambas. Y permitiendo a la organización establecer las estrategias necesarias para establecer una estabilidad económica que se adapte a su progreso, generando ganancias.

6.5.12. Indicadores de rentabilidad (ROE Y ROA)

RENTABILIDAD	
ROE	282,23

RENTABILIDAD	
ROA	198,75

Fuente: elaboración propia

Tabla 21 Indicadores, De Rentabilidad

Estos indicadores permiten conocer la realidad de la gestión organizacional para examinar los egresos y, luego convertir ventas en utilidades. De igual forma, la rentabilidad representa la relación entre los ingresos y el total de dinero recaudado para obtenerlos.

En este sentido, la firma contable, en el ROE, realizó la división de los ingresos entre los recursos propios x 100, el cual tuvo como resultado el 282,23%, y en el ROA, realizó la división de los ingresos entre los activos totales x 100, el cual obtuvo por resultado 198,75%, destacando que ambos indicadores se calcularon de acuerdo al año en curso.

Cabe señalar que, se demostró que la renta es positiva, siendo el ROE mayor al ROA, concluyendo, que el activo se ha costado con la deuda y, por lo tanto, se observa el aumento de la renta económica de la empresa.

Conclusiones

Las organizaciones inteligentes son instituciones constantes y reconocedoras del esfuerzo y labor que ejecuta el personal para lograr cumplir las metas propuestas. Por lo tanto, se centran en mantener una buena comunicación con el personal, brindan un ambiente laboral óptimo para la comodidad de los empleados, intentan tomar las mejores decisiones ante debilidades, y se esfuerzan por mantener el trabajo constante incentivando a todos los que hacen posible las operaciones de la empresa.

Sin embargo, con el propósito de ejecutar los objetivos específicos planteados en el informe de pasantías, basados en el objetivo general “Diseñar un plan estratégico para la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recurso humanos”, una vez recopilada y analizada la información, se proponen conclusiones respecto a los mismos:

En el objetivo específico número 1, Describir el macroentorno competitivo en el cual enfocar el servicio de la organización “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recurso humano, se evidencio:

Se pudo observar que la mayor parte de la población dentro del municipio ejerce actividades económicas, lo cual es provechoso para la empresa al atraer contribuyentes que con el tiempo se

volverán clientes, además los servicios que ofrece la organización también son necesarios para las personas naturales, ofreciendo servicios a precio justo, profesionales y garantizados, permitiendo generar una ventaja competitiva ante las demás firmas contables que allí permanezcan.

En el objetivo específico número 2; Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la institución “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recurso humano, con respecto al modelo de comercio, presentó un modelo que se ajusta a la necesidad del cliente, personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades económicas dentro del municipio, permitiendo atraerlo con los servicios y promociones que ofrece la empresa, demostrando las capacidades conforme a sus exigencias con el mejor profesionalismo y eficacia del personal contable.

Mencionando la motivación laboral, se hace un anexo de algunas técnicas que pueden resultar efectivas para incentivar y fortalecer la gestión del conocimiento, destacado entre ellas dar reconocimientos, de tal forma que se reconozca el esfuerzo eficiente de un individuo y agradecerle, dar incentivos de vez en cuando, implementar algunas de las técnicas que se pueden aplicar dentro de la organización para estimular la motivación en los trabajadores.

Respecto al objetivo específico número 3, Definir los objetivos estratégicos de la “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recurso humano. Se demostró que los objetivos estratégicos se plantearon en base a las exigencias de la organización y al cumplimiento de las metas, basándose en el futuro y su perdurabilidad, estos objetivos fueron distribuidos conforme a las funciones que cumple una empresa y sus necesidades, así como el análisis interno y externo,

señalando que en el aspecto de la motivación laboral se pudo comentar las técnicas mencionadas anteriormente a la dirección de la institución para dar ejecución a las mismas, y así observar los cambios de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades laborales. Destacando que la remuneración queda de parte del ejecutivo, aplicando dichas técnicas se conseguirá realizar las labores con éxito alcanzando los objetivos propuestos por la dirección de la institución.

Respecto al objetivo específico número 4, Proponer las estrategias, de marketing, operaciones, recurso humano, responsabilidad, social empresarial y finanzas de la empresa “Oficina Contable de Ana Clarett Sulbaran Plaza” en los años 2023 a 2027 enfocado en la motivación laboral dentro del departamento de recurso humano. Se observó, que las estrategias se implementaron asertivamente a las necesidades organizacionales, las mismas fueron factibles en todos sus aspectos permitiendo cumplir con dicho objetivo.

De igual forma, respecto al desarrollo del plan estratégico, se observó que las técnicas aplicadas cumplen con las metas propuestas para los próximos 5 años, destacando que con respecto al efecto logrado por medio de la renta empresarial, fue positivo, lo cual significa, que las técnicas a implementar logran que la firma contable cumpla con todos sus objetivos propuestos en ese transcurso de tiempo.

Recomendaciones

- Promover opciones más profundas de los servicios contables a los contribuyentes para que formen un equipo más preparado adaptado a las exigencias y necesidades de los clientes.
- Luchar, para ofrecer un servicio de mayor calidad para los contribuyentes.
- Seguir ofreciendo servicios contables de calidad y garantizados.
- Se hace necesario que el gerente se actualice constantemente con la implementación de cursos, talleres, conversatorios, para lograr el éxito empresarial.
- A los Jefes De Los Departamentos De Administración, Recursos Humanos y Dirección, se le recomienda reconocer la labor cumplida, para incentivar el esfuerzo y la dedicación en la labor que se desempeña y perfeccionar la eficiencia y eficacia.
- Realizar talleres de motivación incentivando el logro que les permita incrementar su autoestima, los deseos de ser cada día mejor y promover la eficiencia.
- Se recomienda ser equitativos entre un trabajo bien realizado, asistencia, responsabilidad, puntualidad a través de reconocimientos u otros.
- Continuar trabajando en equipo, dirigidos a cumplir los propósitos empresariales.
- Aplicar las técnicas y estrategias de marketing, recursos humanos, operacionales y de finanzas constantemente para evitar desvíos que le impidan progresar en el futuro.

Referencias

- Castañeda, P. y Seclen, S. (2020). Gestión logística de aprovisionamiento y almacenamiento para mejorar la eficiencia en la ejecución de la obra Urb. Sol de Pomalca – 2019. Trabajo de grado. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7799>
- Chase, R. B. (2018). Administración de operaciones: producción y cadena de suministros (15ª, ed). <https://ebookcentral.proquest.com>
- Chiavenato, Idalberto. (2016). *Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf>
- Da Silva, A. (2019) Estrategias del Marketing para un Posicionamiento de la Marca Group en Carabobo, Tesis de pregrado San Diego, Venezuela: Universidad José Antonio Páez.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9971/1/IV_FCE_308_TI_Carrasco_Moya_2020.pdf
- D'alesio Ipinza, Fernando. (2008). El proceso estratégico un enfoque de gerencia. Pearson Educación de México S.A. De C.V.
<https://webooks.co/images/team/academicos/administraciondeempresas/pendientes/26666>

[6488-El-proceso-estrategico-Un-enfoque-de-gerencia-Fernando-D-Alessio-Ipinza-1-pdf.pdf](#)

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Fundamentos de Marketing. (Octava Edición). México: Pearson Educación.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9971/1/IV_FCE_308_TI_C arrasco_Moya_2020.pdf

Lopez cabia, David. (2016). Investigación y desarrollo (I+D). economipedia.com.

<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-desarrollo-id.html>

Navarro Silva, O. (2018). Perspectivas de la Administración Financiera del Capital de Trabajo como instrumento necesario en la evolución de las MiPyMEs. *Espacios*, 39(42).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160

Pereda, T. (2018). Modelo SCOR y la Gestión de Suministros: Aplicaciones prácticas de control más allá del almacén. <https://fwpr.com/es/modelo-scor-y-gestion-desuministros/>.

Reyes, E. (2013). La responsabilidad social empresarial y la justicia restaurativa como factores clave del Proyecto Alcatraz de la Fundación Santa Teresa. Sapienza Organizacional. Año 1 n° 1. Mérida. Gilog Faces. <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/>

Ruiz, R. V. (2017). Gestión de la producción. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.

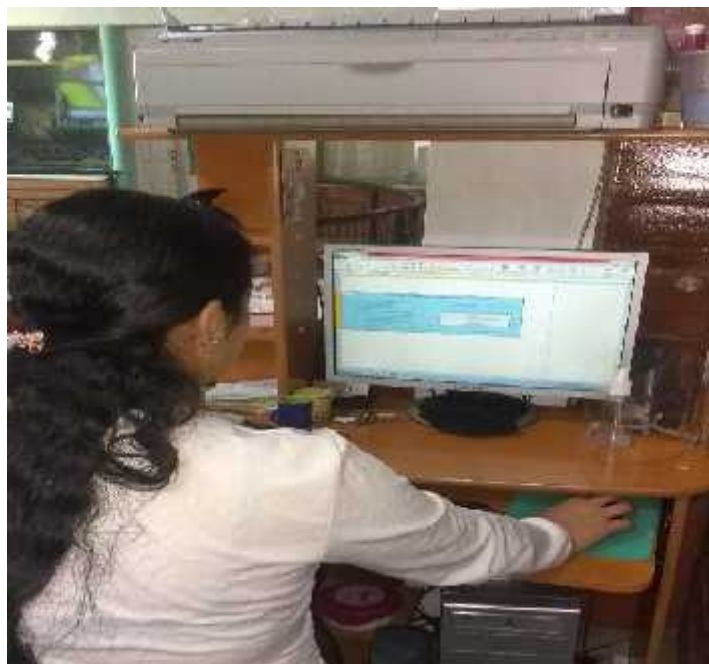
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500191

Santillán, M. (2010). Gestión del Conocimiento el Modelo de Gestión de Empresas del siglo XXI. Editorial Netbiblo. Madrid, España.

Anexos



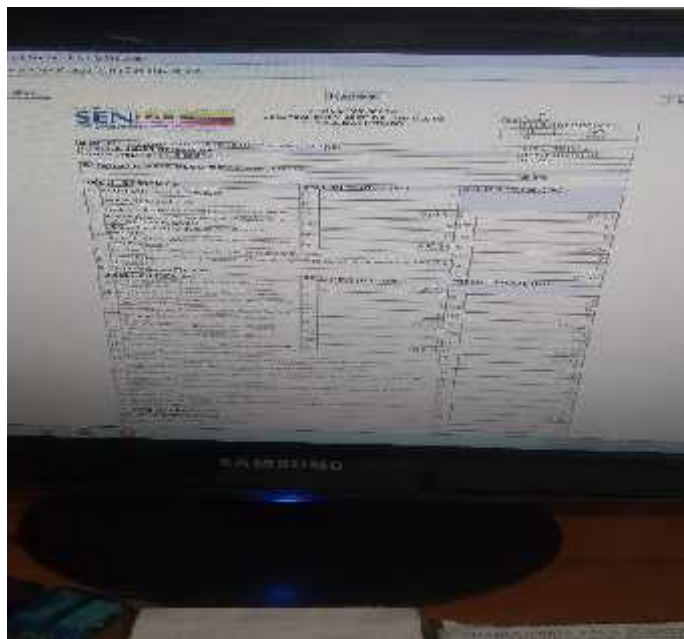
fotografia 1 trabajo administrativo



fotografia 2 trabajo contable



fotografia 3 personal de la empresa



fotografia 4 ISLR



fotografia 5 trabajo contable



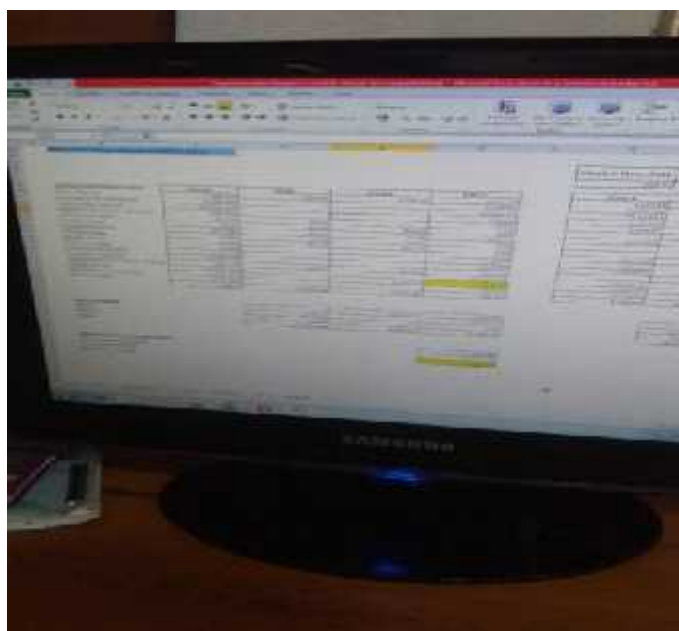
fotografia 6 registros contables



fotografia 7 mobiliario de la empresa



fotografia 8 servicios contables



fotografia 9 registros contables



fotografia 10 servicios a los clientes



fotografia 11 materiales y suministros



fotografia 12 personal contable de la empresa