

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



PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO LOS ANDES A.C

PERIODO 2024-2028

Presentado por:
Uzcategui, Simón
CI V- 26.287.163

Rubio, Venezuela 2023

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



PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO LOS ANDES A.C

PERIODO 2024-2028

Presentado por:

Uzcategui, Simón

CI V- 26.287.163

Tutor: Esp. Héctor Antúnez

Rubio, Venezuela 2023

VEREDICTO

VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas, Prof. Msc. Cristina Vieras y Prof. Esp. Héctor Antúnez, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATEGICO DE LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO LOS ANDES AC PERIODO 2024-2028** que presenta el(la) Bachiller **UZCATEGUI PEÑALOZA SIMÓN ENRIQUE**, Portador de la C.I. No. 26.287.163, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **diecinueve (19) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los seis días (06) días del mes de octubre del año dos mil veintitrés.


Prof. Msc. Cristina Vieras
C.I. 10.910.669
JURADO


Prof. Esp Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
TUTOR


Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas
C.I. 13.048.877
PRESIDENTE DEL JURADO


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




Prof. Dra. Ana Linares
C.I. 9.013.217
VICERRECTORA



DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño a mi madre quien me impulsa a ser mejor y por motivarme a seguir adelante. También a mis amistades por su apoyo moral y por hacerme reaccionar cuando pensaba que no podía más. Por último, pero no menos importante a DIOS por abrir todas esas puertas durante este largo camino.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad

Su semilla de conocimientos, germinó en el alma y el espíritu. Gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia.”

ENIA CASAR, MARIA NUBIA PEÑALOZA, No puedo dejar de agradecerles por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles, por compartir horas de estudio. Gracias por estar siempre allí, dándome su apoyo incondicional.

Mil gracias

Simón E. Uzcategui P.

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



PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO LOS ANDES A.C
PERIODO 2024-2028

Autor: Uzcategui, Simón

CI: V- 26.287.163

RESUMEN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo diseñar un plan estratégico de la unidad educativa colegio los andes a.c periodo 2024-2028 de la ciudad de Rubio municipio Junín del estado Táchira. La misma se realizó mediante la aplicación de la metodología de la implementación del modelo de negocios Canvas, Se utilizó la técnica de la entrevista aplicada a los socios del plantel educativo, con el fin de detectar los elementos de interés y plantear una propuesta de valor. Entre los elementos se consideraron para la implementación del modelo de negocios Canvas figuran: el segmento del mercado, los canales, relación con los clientes, actividades claves, recursos claves, fuente de ingresos, asociación claves y fuentes de ingresos. La trascendencia de la investigación radica en la importancia que reviste el modelo de negocio de Canvas aplicada a la empresa Unidad Educativa Colegio los andes, el cual permite a los socios diseñar las estrategias más adecuadas para el logro de los índices positivos de rentabilidad. La investigación arrojó como resultado que la mencionada empresa se encuentra en la fase de crecer y construir. Esto de acuerdo al exhaustivo análisis del macro entorno (PESTEL). Es decir, el diagnóstico de los entornos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales para su posterior análisis en la matriz de factores externos e internos arrojando como resultados en la matriz externa- interna el cuadrante I, lo que indica que actualmente la empresa se encuentra en la fase de crecer y construir.

Indicadores: Plan estratégico, Canvas, Pestel, segmentos de mercado, canales, clientes, propuesta de valor, ingresos, asociación clave.

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



PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO LOS ANDES A.C
PERIODO 2024-2028

Autor: Uzcategui, Simón

CI: V- 26.287.163

ABSTRACT

The objective of this degree work is to design a strategic plan for the Los Andes BC educational unit, period 2024-2028, in the city of Rubio, Junín municipality, Táchira state. It was carried out by applying the methodology of the implementation of the Canvas business model. The interview technique was used applied to the partners of the educational establishment, in order to detect the elements of interest and propose a value proposal. Among the elements considered for the implementation of the Canvas business model are: market segment, channels, relationship with customers, key activities, key resources, source of income, key partnerships and sources of income. The significance of the research lies in the importance of the Canvas business model applied to the Unidad Educativa Colegio los Andes company, which allows partners to design the most appropriate strategies to achieve positive profitability indices. The investigation showed that the aforementioned company is in the phase of growing and building. This is according to the exhaustive analysis of the macro environment (PESTEL). That is, the diagnosis of the political, economic, social, technological, ecological and legal environments for subsequent analysis in the matrix of external and internal factors, yielding quadrant I as results in the external-internal matrix, which indicates that currently the company is in the phase of growing and building.

Indicators: Strategic plan, Canvas, Pestel, market segments, channels, customers, value proposition, revenue, key partnership.

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	;	Error! Marcador no definido.
INDICE DE FIGURAS	;	Error! Marcador no definido.
INDICE DE ANEXOS	;	Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	;	Error! Marcador no definido.
1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio	;	Error! Marcador no definido.
1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer	;	Error! Marcador no definido.
1.3 Equipo de trabajo.....	;	Error! Marcador no definido.
1.4 Diagnostico organizacional	;	Error! Marcador no definido.
1.5 Diagnostico situación contable-financiera.....	;	Error! Marcador no definido.
1.6 Definición del problema.	;	Error! Marcador no definido.
1.7 Propuesta de valor.	;	Error! Marcador no definido.
1.7 Objetivos del trabajo de investigación.....	;	Error! Marcador no definido.
1.7.1 Objetivo general.....	;	Error! Marcador no definido.
1.7.2 Objetivos específicos	;	Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO;	;	Error! Marcador no definido.
2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).....	;	Error! Marcador no definido.
2.1.1 Entorno político.....	;	Error! Marcador no definido.

2.1.2.	Entorno económico	; Error! Marcador no definido.
2.1.3.	Entorno social.....	; Error! Marcador no definido.
2.1.4.	Entorno tecnológico	; Error! Marcador no definido.
2.1.5.	Entorno ecológico	; Error! Marcador no definido.
2.1.6.	Entorno legal	; Error! Marcador no definido.
2.1.7.	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	; Error! Marcador no definido.
2.2	Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter.	; Error! Marcador no definido.
2.2.1.	Negociación con proveedores	; Error! Marcador no definido.
2.2.2.	Negociación con clientes.....	; Error! Marcador no definido.
2.2.3.	Rivalidad entre competidores existentes	; Error! Marcador no definido.
2.2.4.	Desarrollo potencial de productos sustitutos.....	; Error! Marcador no definido.
2.2.5.	Entrada de nuevos competidores.....	; Error! Marcador no definido.
2.2.6.	Nivel de atractividad de la industria.....	; Error! Marcador no definido.
2.2.7	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)	; Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO		; Error! Marcador no definido.
3.1	Modelo de negocio CANVAS.....	; Error! Marcador no definido.
3.2	Análisis funcional de la empresa.....	; Error! Marcador no definido.
3.2.1.	Gerencia de la empresa	; Error! Marcador no definido.
3.2.2.	Recursos humanos.....	; Error! Marcador no definido.
3.2.3.	Investigación y desarrollo	; Error! Marcador no definido.

- 3.2.4. Finanzas.....;Error! Marcador no definido.
- 3.2.5. Logística y aprovisionamiento;Error! Marcador no definido.
- 3.2.6. Operaciones.....;Error! Marcador no definido.
- 3.2.7. Marketing y ventas;Error! Marcador no definido.
- 3.2.8. Servicios postventa.....;Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027;Error! Marcador no definido.

- 4.1 Objetivo general 2023 a 2027.....;Error! Marcador no definido.
- 4.2 Objetivos estratégicos 2023 a 2027.....;Error! Marcador no definido.
- 4.3 Análisis de los Objetivos estratégicos 2023 a 2027.;Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO;Error! Marcador no definido.

- 5.1 Formulación de la estrategia.....;Error! Marcador no definido.
 - 5.1.1 Matriz FODA cruzada (MFODA).....;Error! Marcador no definido.
 - 5.1.2. Matriz Interna – Externa (MIE);Error! Marcador no definido.
- 5.2 Selección de la estrategia.....;Error! Marcador no definido.
 - 5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos.....;Error! Marcador no definido.
 - 5.2.2. Estrategias seleccionadas;Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN.....;Error! Marcador no definido.

- 6.1 Plan funcional de marketing.....;Error! Marcador no definido.
 - 6.1.1. Situación actual de la gerencia de marketing.....;Error! Marcador no definido.

6.1.2.	Objetivos de marketing	¡Error! Marcador no definido.
6.1.3.	Acciones estratégicas de marketing	¡Error! Marcador no definido.
6.1.4.	Presupuesto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.1.5	Ejecución de tareas del plan de marketing.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2	Plan funcional de operaciones.	¡Error! Marcador no definido.
6.2.1.	Situación actual de la gerencia de operaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2.2.	Objetivos de operaciones	¡Error! Marcador no definido.
6.2.3.	Desarrollo de la estrategia de operaciones	53
6.2.4.	Presupuesto.....	54
6.2.5	Ejecución de tareas del plan de operaciones.....	54
6.3	Plan funcional de recursos humanos	54
6.3.1.	Situación actual de la gerencia de recursos humanos	54
6.3.2.	Objetivos de recursos humanos.....	56
6.3.3.	Estrategias	56
6.3.4.	Presupuesto.....	56
6.3.5	Ejecución de tareas del plan de operaciones.....	57
6.4	Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)	¡Error! Marcador no definido.
6.4.1.	Situación actual de la RSE.....	¡Error! Marcador no definido.
6.4.2	Objetivos de RSE	¡Error! Marcador no definido.
6.4.3.	Actividades de RSE.....	¡Error! Marcador no definido.

6.4.4. Presupuesto.....	;	Error! Marcador no definido.
6.4.5. Ejecución de tareas del plan de RSE.....	;	Error! Marcador no definido.
6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera.....	;	Error! Marcador no definido.
6.5.1. Situación actual de la gerencia financiera.....	;	Error! Marcador no definido.
6.5.2. Objetivos de finanzas.....	;	Error! Marcador no definido.
6.5.3. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2024-2028	;	Error! Marcador no definido.
6.5.4. Proyección de ventas 2024-2028	;	Error! Marcador no definido.
6.5.5. Proyección de costos y gastos operativos 2024-2028.	;	Error! Marcador no definido.
6.5.6. Cálculo del capital de trabajo 2024-2028	;	Error! Marcador no definido.
6.5.7. Estructura y opciones de financiamiento 2024-2028..	;	Error! Marcador no definido.
6.5.8. Estado de resultado proyectado 2024-2028.	;	Error! Marcador no definido.
6.5.9. Estado de situación financiera proyectado 2024-2028.	;	Error! Marcador no definido.
6.5.10. Flujo de caja proyectado 2024-2028.....	;	Error! Marcador no definido.
6.5.11. Punto de Equilibrio 2024-2028 (En cantidades y unidades monetarias).	;	Error! Marcador no definido.
6.5.11. Indicadores de rentabilidad 2024-2028.....	;	Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES	;	Error! Marcador no definido.
RECOMENDACIONES	;	Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	;	Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio

Para los años de 1948, la señora Rosa Julia Mendoza de Nieto, en la casa donde funciona hoy Radio Rubio, abrió una escuela “paga” a donde concurrieron los hijos de algunos padres pudientes y anhelantes de darles esmerada educación. Vistos los resultados y el interés tomado por la profesora Mendoza de Nieto, los padres antes mencionados se constituyeron en junta y tomaron la decisión de asociarse con la Profesora y fundaron el 15 de febrero de 1949 la institución que llevó el nombre de Colegio Los Andes, administrado por el Ingeniero Werner Hornung, como Presidente, Teresa de Hornung, Hans Meyer, Clarita de Meyer, Sr. Miguel Sánchez, Dr. Pedro Colmenares, Sr. Rafael Rincón, Sr. Alfonso Vega Bernal, Sr. Jorge Niño, Sr. Marcos Niño, Sr. Rafael Vielma, Sr. Silverio E., Guerrero, Sr. José Rosario Manrique, Sr. Leonardo Alarcón, Sr. Efraín Rodrigo.

El Colegio empezó a funcionar con los 6 grados de primaria. La primera promoción de 6º grado la integraron los siguientes alumnos: Alfredo Colmenares, Antonio Hornung, Adolfo Manrique, Vicente Meyer, y Carmen Teresa Rodríguez En 1950, fue nombrado Director y Profesor del 6º grado el Profesor Alfonso Mora Z, quien reorganizó el equipo de Profesores con profesionales colombianos destacándose entre ellos: Antonio Gallardo R., Lola Bermúdez, Saúl Farelo, Luis D’derlee y Jaime D’derlee, bajo la dirección del profesor Mora se crearon los cursos de Comercio en las especialidades de Contabilidad y Secretaría, autorizado por el Ministerio de Educación, alcanzo a entregar 36 Promociones, en 1952 el profesor Mora funda la Banda Show Colegio Los

Andes, dirigida desde esa época por el profesor Ciro Alfonso Pérez, posteriormente con la muerte del profesor Alfonso Mora ingresó el profesor Ciro Alfonso Pérez, como director y administrador.

Fue así como surgió la Unidad Educativa “Colegio Los Andes” con una trayectoria de más de 70 años, una empresa que tiene por objetivo principal, prestar servicio académico desde el nivel de educación inicial hasta el 5to Año de Bachillerato. Actualmente la misma se encuentra ubicada, en la calle 8 entre Av. 9 y 10 del Centro de Rubio del municipio Junín-Estado-Táchira, con la visión de mejorar cada día en lo académico y brindar mayor oportunidades a los niños, jóvenes del municipio y a nivel nacional, optimizando la calidad de servicio, generar empleos de calidad, ampliar secciones en el turno de la tarde por cuanto tener una empresa fuerte y estable es seguir manteniendo un buen servicio.

1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

La Unidad Educativa Colegio” Los Andes” posee dos turnos con Horarios de Clases comprendidos de la siguiente manera:

- Mañana: 7:00 a.m. hasta las 12:20 (Media General) – 7:00.a.m. a 12 m (Primaria e Inicial)
- Tarde: 12: 45 a 6:20 p.m. (Media General)

Atiende una Matrícula de 1325 estudiantes, distribuidos en 24 estudiantes de Educación Inicial, 227 de primaria, siendo una sección por cada grado, y 1098 del Nivel de Educación Media General distribuidos en siete (07) de Primer Año, Siete (07) de Segundo Año, cinco (05) de Tercer Año, tres (03) de Cuarto Año y tres (03) de Quinto Año.

1.3 Equipo de trabajo

El Personal de Plantel está conformado por (54) profesores (Personal Docente) distribuidos en:

Personal Directivo/ Consejo Técnico:

- (01) una Directora
- (01) un Subdirector Académico.
- (01) un Evaluador.
- (01) un Asesor Pedagógico.
- (01) Una Orientadora.

Personal Docente:

- Profesores de aula: (02 de Inicial, 06 de Primaria, 02 Especialistas de Educación Física e Inglés y 39 de Media General)

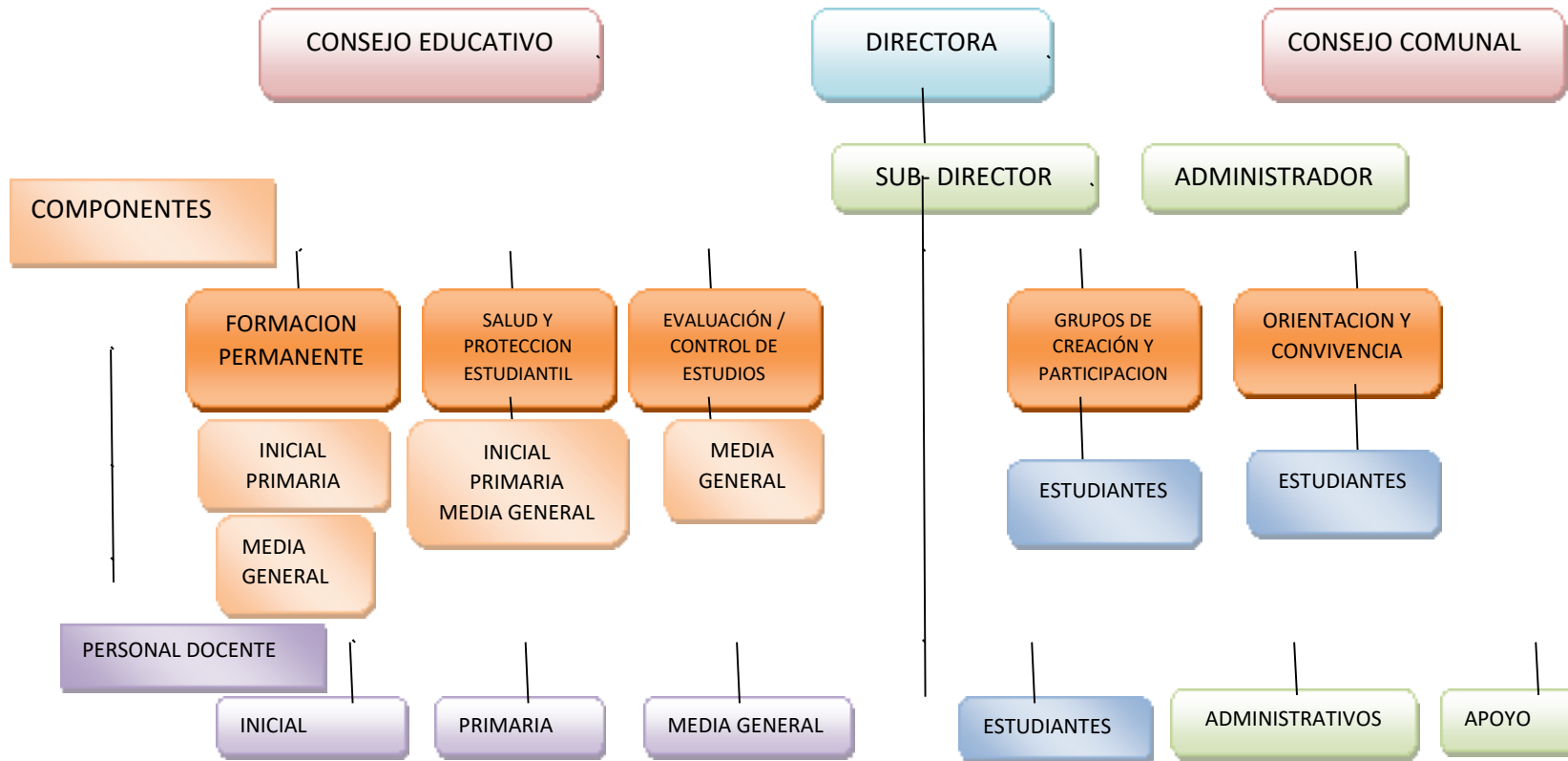
Personal Administrativo:

- 06 Secretarias

Personal de Apoyo:

- 06 personal de Apoyo: (Académico 02 - logístico 04)

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



Fuente: Elaboración propia (2023)

1.4 Diagnóstico organizacional

La unidad educativa Colegio “Los Andes” es una institución para la formación integral de niños, niñas y jóvenes, basada en la verdad, el fortalecimiento de importantes valores humanos, desempeña las funciones rectoras de la educación, la cultura y la ciencia, y se apoya por: instituciones: Principios constitucionales y principios humanísticos y éticos de transformación social, valores a través de la enseñanza, promoción y actividades complementarias basadas en el funcionamiento del sistema educativo de la República Bolivariana de Venezuela.

Por lo tanto, la Unidad Educativa Colegio “Los Andes” busca establecer como principio de la Educación el fortalecimiento de la Democracia Participativa y Protagónica, la Responsabilidad Social, el respeto a la vida, el amor, la fraternidad, y el derecho de formar un Ser social orientado al potencial creativo, todo ello en una comunidad Integrada con su Pueblo, comprometida con la positiva transformación del Municipio Junín donde todos sus integrantes unen los esfuerzos para convertirnos en el modelo a seguir como una organización de respeto por el ser humano y por el conocimiento donde lo primordial es la Excelencia Académica.

1.5 Diagnóstico situación contable-financiera

Un aspecto a considerar es que la institución depende de la cantidad de alumnos matriculados cada año. Es decir, se puede contratar un docente para unos 30 alumnos matriculados, lo que genera en los empleadores ofrecer un mejor trabajo y a su vez dificulta encontrar perfiles que cumplan con los requisitos y las condiciones de trabajo. Además, la institución no puede pagar más, porque los recursos económicos, que constituyen el 70% de los ingresos, se dedican al pago de salarios. A partir del 2020 y como consecuencia del Covid-

19, hubo una situación económica más difícil a nivel nacional, lo que afectó al colegio y provocó una reducción del número de alumnos.

Durante el año, varias familias deciden retirar a sus hijos de la educación por el motivo virtual, esta es una de las razones por las que el colegio siempre está buscando diferentes estrategias para concretar un contrato de pago con los padres de familia, reduciendo así la cartera de morosidad, evitando las bajas de alumnos y reteniendo un número significativo de alumnos. En este sentido, es sobresaliente decir que la institución muestra deficiencias en temas relacionados con la planeación y finanzas, lo cual se encuentran en continuo riesgo ya que carecen de las herramientas para la toma de buenas y oportunas decisiones, lo que trae como consecuencia una deficiente e inadecuada administración de sus recursos.

1.6 Definición del problema.

El financiamiento de la educación a nivel general puede tener vertientes diferentes, primero desde el estado como elemento tributario, dependiendo del grado de centralización del país, los recursos financieros a nivel local dependen de aportes regionales o centrales, provienen principalmente de los impuestos sobre el patrimonio y, en ocasiones, de los impuestos especiales. Además, el gasto público en educación se determina dentro del presupuesto anual para alcanzar las metas especificadas en los planes de desarrollo o planes estatales.

La Unidad Educativa Colegio Los Andes, es una institución de carácter privado que presta el servicio educativo de transición, básica primaria, secundaria y media, en la calle 8 Centro de Rubio, orientada al servicio de los niños y jóvenes del municipio Junín, brindando una educación de calidad a precios asequibles al sector. En este sentido, es evidente la importancia de brindar una educación de calidad en el municipio, ya que contribuye al

desarrollo socioeconómico del país. Por consiguiente, uno de los aspectos desfavorables incide en la pandemia, dado que el país ha tenido un fuerte impacto socioeconómico en los últimos dos años a consecuencia del Covid19 debido a las medidas tomadas para evitar la propagación del virus en Venezuela.

En este sentido, estas medidas restringen la movilidad social y el intercambio y desarrollo de las actividades cotidianas, trayendo como resultado una disminución de la producción en diversos sectores de la economía, pérdida de empleos y un aumento del trabajo informal, pero al mismo tiempo, falta de ingresos. eso empeora. inseguridad estatal, igualdad. Por lo tanto, muchas familias sin trabajo ni ingresos económicos estables tienen que decidir si continúan la educación de sus hijos en escuelas privadas o los transfieren a escuelas primarias, y/o disuadir a sus hijos de estudiar, ya que la mayoría de los padres indican que sin ingresos económicos suficientes, el aumento de los pagos mensuales atrasados hace que la deuda crezca, lo que significa que se liquidará a medida que lleguen los ingresos.

1.7 Propuesta de valor.

Se propone diseñar un plan contable para la empresa Unidad Educativa Colegio "Los Andes" en busca de solucionar el problema. El plan se divide en dos etapas: la primera es concientizar y capacitar al personal administrativo sobre la importancia de los procesos contables en la institución, y luego comenzar con la fase de aplicación operativa en los procesos contables de la empresa. Para alcanzar esto, es necesario crear una estructura de costos y gastos para cada servicio. Además, se debe proponer una organización de tareas contables y motivar a los dueños a promover nuevas estrategias en pro del beneficio económico de la misma.

1.7 Objetivos del trabajo de investigación.

1.7.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico para la U.E. Colegio los Andes, ubicada en Rubio, municipio Junín Estado Táchira, en los años 2024 al 2028 en el área contable.

1.7.2 Objetivos específicos

1-. Describir el macroentorno competitivo en el que debe introducirse el producto o servicio de la empresa Unidad Educativa Colegio “Los Andes” en los años 2024 a 2028 enfocado en el área contable.

2-. Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la empresa Unidad Educativa Colegio “Los Andes” en los años 2024 a 2028 enfocado en el área contable.

3-. Definir los objetivos estratégicos de la empresa Unidad educativa Colegio “Los Andes” en los años 2024 a 2028 enfocado en el área contable.

4-. Proponer las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarial y finanzas de la empresa Unidad Educativa Colegio “Los Andes” en los años 2024 a 2028 enfocado en el área contable.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

2.1 Análisis del macro entornó (PESTEL).

El análisis PESTEL proporciona información detallada sobre el entorno empresarial, incluido el político, económico, social, tecnológico, legal y ambiental. Con su ayuda, los emprendedores pueden evaluar los factores clave que afectan su proyecto. En la práctica, el análisis PESTEL del entorno general suele ser estudios microeconómicos cuyo objetivo es identificar oportunidades y amenazas que surgen del entorno empresarial.

2.1.1. Entorno político

La realidad política del país, está centrado en dos ideales (la oposición y el oficialismo). Algunos de estos factores influyen en el manejo monetario, la política fiscal, los aranceles comerciales que el estado pueda imponer durante el ejercicio, que básicamente pueden favorecer u oponerse a la táctica de la institución, también ayuda a identificar las barreras comerciales existentes en la decisión. Por otra parte, el país políticamente sigue dividido y con desconfianza en los eventos electorales por la parcialidad que tiene el gobierno con las instituciones y el apoyo e interés de las fuerzas armadas, situación que afecta a los ciudadanos en general.

2.1.2. Entorno económico

Actualmente, Venezuela está viviendo una fuerte depresión económica producto de los niveles de hiperinflación en el país, lo que ha incidido directamente en la calidad de vida del individuo. En tal sentido la revista EDENRED (2022) señala “El análisis del entorno económico es básico para comprender las oportunidades y desafíos que se exhiben, y para

aplicar las estrategias empresariales de acuerdo con las circunstancias cambiantes”. Sin embargo, en los últimos años se ha evidenciado un fenómeno económico que evoluciona con las actividades financieras actuales y futuras de un país, organización o institución, a través de ciclos económicos, política económica, factores macroeconómicos, etc; aunque con mucha dificultad se ha visto el movimiento económico en la empresa debido a la inestabilidad de cambio de las monedas bolívares, dólares, pesos colombianos y también los euros.

2.1.3. Entorno social

Actualmente, la política y economía del país ha incidido directamente en el entorno social de los venezolanos, en donde se ha evidenciado el aumento en los volúmenes de emigración venezolana hacia otros países en busca de mejores condiciones y mejora de la calidad de vida. Sin embargo, una minoría actualmente disfrutan de las riquezas del país, mientras que la inmensa mayoría viven en extrema pobreza a quienes esporádicamente le dan una bolsa de alimentos y en algunos casos en mal estado. Para Ayala Maite (2020) señala:

El entorno social interno incluye las relaciones sociales entre los empleados en el área de trabajo, la comunicación interna (como intranets u otras redes de comunicación interna) y diversos aspectos que las empresas suelen tratar desde el departamento de RRHH para mejorar el entorno social de cada empleado.

Este factor es una clave importante en la colectividad porque une a las personas en características comunes que gradualmente cambian con el tiempo, transformándose en el entorno social externo, este factor afecta la variedad de elementos que representa una entidad; Cabe mencionar que la Unidad Educativa Colegio Los Andes, han llegado estudiantes de otros estados a mitad de cada lapso en busca de educación de calidad.

2.1.4. Entorno tecnológico

Para Roberto (2017) opina que la tecnología es “un conjunto de conocimientos, experiencias materiales que sustentan el desarrollo, producción y distribución de productos y la implementación de procesos de transformación”. Por lo tanto, el estudio de campos técnicos conduce al conocimiento de habilidades y organizaciones, que se concretan en forma de hechos tangibles. La tecnología en este contexto es un proceso complejo que implica el "know-how" y la gestión adecuada de los recursos para lograr el éxito.

Siguiendo la misma idea, la tecnología afecta a los mercados de otras maneras, porque por un lado puede mejorar la supervivencia al facilitar procesos, y también puede tener consecuencias sociales y ambientales en otros ámbitos. Desde el siglo XXI, es un elemento más útil. Una nueva era digital está llegando a todo el mundo y está teniendo un gran impacto en la industria contable. Ha introducido herramientas e innovaciones tecnológicas a las empresas y mejorado la tecnología contable, aunque la Unidad Educativa Colegio Los Andes. Actualmente no cuenta con paquetes de software contable adecuados para realizar actividades tales como software de gestión como (AuditBrain, iAuditoria Software, Auge Software) Auditoría, inblueQMS, ProcessMAP, FileAudit, ECAT y Audit Management IQS); Además, no disponen de una versión actualizada del sistema operativo Windows en sus ordenadores.

2.1.5. Entorno ecológico

Es un factor de conciencia ambiental, existen empresas o negocios en todos los países del mundo, este planeta tiene una gran cantidad de contaminación provocada por las propias personas sin preocuparse por el medio ambiente, en la Unidad Educativa Colegio Los Andes, realizan jornadas de limpiezas con sus estudiantes en comunidades, siembra de hortalizas que

luego venden para ingreso del mismo colegio, así como proyectos de reciclaje como la separación de envases de plástico, vidrio y papel, que luego se venden a la alcaldía del municipio.

2.1.6. Entorno legal

El entorno legal de la empresa está referido a los tramites permisos o documentos necesarios para la operación de la empresa, como: inscripción para el registro del SENIAT, para su posterior pago del impuesto sobre la renta, permiso de alcaldía, permiso de bomberos, inscripción del seguro social, Inscripción ante el INCES, IVSS. En el caso de la Unidad Educativa Colegio Los Andes, tienen toda la documentación y permisos vigentes y legales.

2.1.7 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Tabla

1

Matriz MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
Aumento de matrícula estudiantil	0.15	4	0,60
Crear paquete de marketing para captar clientes	0.15	4	0.60
Reconocimiento a nivel local por formación de músicos sin fines de lucro	0.10	4	0.40
Innovar paquete contable.	0.16	4	0.64
Incremento de nuevos servicios a la institución	0.12	4	0.48
Amenazas			
Amplia cantidad de instituciones educativas competidoras	0.07	1	0.07
Empresas que ofrece servicios más modernos	0.07	1	0.07
Falta de equipos tecnológicos más actualizados	0.09	1	0.09
Estudiantes que se retiran por falta de ingreso de los representantes	0.02	1	0.02
Falta de habilidades técnicas	0.07	1	0.07
Totales	1.00		3,04

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

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

2.2.1. Negociación con proveedores

La Unidad Educativa Colegio Los Andes, para realizar sus actividades laborales, se ha afiliado a varios proveedores importantes como "la victoria" Liberia para material de oficina como filamentos de hojas en blanco (tipos carta y oficina) sellos, bolígrafos, tinta y otros materiales; También hay empresas que brindan servicios de Internet "en red" y técnicos que mantienen, reparan y recargan las impresoras de sus unidades.

2.2.2. Negociación con clientes

Los clientes de la empresa en estudio, son fundamentalmente estudiantes y representantes, por lo tanto, en el Colegio Los andes tiene como política indagar información con los representantes acerca de los gustos, preferencia y deseo de mejorar el proceso de pago de mensualidad y así ofrecer alternativas nuevas, motivado a que la forma de pago es en diferentes monedas con otras monedas (pesos colombianos y dólares), también en bolívares al tipo de cambio del Banco Central de Venezuela.

2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes

Alrededor de la Unidad Educativa Colegio Los Andes, existen competidores que tienen muchos años de experiencia trabajando en el mercado, como el Colegio Nuestra Señora del Rosario, por presentación e imagen también ofrecen servicios iguales o similares. Sin embargo, la diferencia con los competidores no es por el servicio que brindan, sino porque se han actualizado en temas de TIC porque utilizan habilidades técnicas, como software de

contabilidad actual, tecnología y otras herramientas tecnológicas, así como servicios relacionados con la información legal. consejo.

2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos

La Unidad Educativa Colegio Los Andes, actualmente no cuenta con servicios innovadores, por motivos de falta de actualizaciones en el mercado para presentar nuevos servicios que marque diferencia con las demás entidades competidoras.

2.2.5. Entrada de nuevos competidores

En el mercado, se están introduciendo nuevas instituciones educativas, modernas creadas por profesionales egresados en educación, aunado a ello cuenta con profesionales que han construido su emprendimiento a través de herramientas tecnológicas en conexión a internet, que se dan a conocer por sus habilidades en el tema informático al mismo tiempo cuenta con facilidades del manejar las redes sociales ,también por conocimientos de nuevas técnicas de marketing digital , páginas web y comercio electrónico.

2.2.6. Nivel de atraktividad de la industria

Los servicios que elaboran la Unidad Educativa Colegio Los Andes son directamente en la institución, laboran de lunes a viernes trabajan en los horarios de 7 am a 12 pm; y de 1pm a 5 pm, la cartera de clientes los atrae por cadenas de comunicaciones por recomendaciones de sus clientes fijos a otros por calidad de servicios, atenciones personalizadas, trabajo eficiente, profesionales con experiencia y duración en el mercado que se ha mantenido por años en el municipio Junín.

2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Tabla 2 Matriz MEFI

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Fortalezas			
Infraestructura	0.15	4	0.60
Reconocida por los servicios de calidad académica	0.15	4	0.60
Empresa que se ha mantenido por años en el ámbito educativo	0.13	4	0.52
Profesionales con experiencia laboral	0.14	4	0.56
Buen ambiente laboral	0.10	4	0.40
Debilidades			
No posee paquetes contable actualizados	0.09	1	0.09
Pocas secciones en el turno de la tarde	0.05	1	0.05
Disminución de la matrícula estudiantil	0.05	1	0,05
No cuenta servicio innovador	0.06	1	0,06
TOTALES	1,00		3,01

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

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

3.1 Modelo de negocio CANVAS.



Fuente: Elaboración propia 2023

3.1.1 Socios claves.

Estos socios son las mismas personas que ocupan diversos cargos en instituciones educativas y, por otro lado, mantienen buenas relaciones con proveedores, entre ellos Papelería la Victoria, que contribuye diariamente con la gestión de los procesos administrativos. Cabe señalar que actualmente la empresa mantiene alianzas con otras instituciones educativas, por ejemplo: UPEL.

3.1.2 Actividades claves.

La empresa Unidad Educativa Colegio Los Andes, para proseguir hacia el éxito empresarial, es necesario realizar actividades orientadas hacia la atención de servicios educativos de excelente calidad hacia la preferencia de los clientes potenciales. De igual manera, mantener disposición para buscar nuevas soluciones ante cualquier eventualidad que pueda surgir con cualquier estudiante y su representante. Así mismo mantener, una interacción continua con las redes sociales.

3.1.3 Recursos claves.

Los recursos más importantes para maximizar el éxito de la empresa son la provisión de recursos físicos, humanos y financieros. En este sentido, las instituciones educativas cuentan con recursos físicos, incluyendo infraestructura, recursos técnicos como Internet y puntos de venta, y disponibilidad de tecnologías como los pagos telefónicos (pagos móviles). Otros recursos requeridos para el funcionamiento de la empresa corresponden al talento humano y financiero requerido para el funcionamiento de la empresa.

3.1.4 Propuesta de valor.

Cualquier actividad económica a la que se dedica una empresa, no está exenta a los efectos que se puedan generar por la competencia. Por consiguiente, es necesario marcar pautas para resaltar la diferencia entre la competencia y para ello es necesario indagar en los clientes gustos y preferencia. En referencia la propuesta de valor, es de suma importancia que la institución Unidad Educativa Colegio Los Andes, implemente un planeamiento de Marketing digital con la intención de captar nuevos clientes de acuerdo a gustos y preferencias de los mismos. De esta manera, se podría obtener mayor rentabilidad económica, aunado a un

control contable el cual debe ser llevado a cabo por el administrador y el asistente administrativo.

3.1.5 Relación con los clientes.

Otro elemento importante de los negocios son las relaciones con los clientes, que se basan en la comunicación directa o indirecta con los clientes para saber si les gustan los servicios que reciben. Siguiendo esta idea, la Unidad Educativa Colegio Los Andes mantiene una comunicación directa con sus clientes, la cual se da luego de haber sido atendidos y el administrador se despide de ellos, pero antes de discutir con ellos la calidad. Servicios y características. Esto se hace para garantizar la calidad del servicio al cliente. Otra forma de comunicación entre empresas y clientes es a través de las redes sociales para hacer mención de la atención brindada por las organizaciones antes mencionadas.

3.1.6 Canales.

Establecido el segmento de mercado, el siguiente paso para el éxito del negocio está representado por los canales, para ello es importante que la institución indague acerca de los canales de atención del cliente según sus preferencias. Para ello, la institución educativa dispone de la atención directa.

3.1.7 Segmentos del mercado.

El segmento de mercado de la Unidad Educativa Colegio Los Andes, está orientado a clientes con un poder adquisitivo y esta sectorizado en clientes provenientes de la ciudad de Rubio y sus adyacencias, quienes tienen la preferencia de acudir a la mencionada institución educativa por su prestigio y estatus social.

3.1.8 Estructura de costos.

La estructura de costos representa uno de los aspectos de mayor importancia en los negocios, por su incidencia en la rentabilidad empresarial, es decir cuánto dinero se va a generar por la actividad económica. En este sentido, la Unidad Educativa Colegio Los Andes, no tiene definida la estructura de costos de los servicios que ofrece actualmente, la misma se hace de manera hipotética. Por consiguiente, no se toma en consideración elementos como los costos variables que se pueden representar como costos por mantenimiento de equipos, contratación de personal no fijo, gastos de electricidad agua, internet, productos de aseo, entre otros.

3.1.9 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos económicos para el desarrollo de las actividades del Colegio Los Andes, pertenecen a ingresos propios de la empresa. Es importante acotar, que actualmente su capital de trabajo a aumentado debido en parte a la facilidad y variedad de pago por parte de los clientes. Sin embargo, la empresa no dispone de estadística de los ingresos.

3.2 Análisis funcional de la empresa.

3.2.1. Gerencia de la empresa

La gerencia es el departamento responsable de los procesos de negocio, ya que su rol incluye funciones administrativas, operativas, de servicio y comerciales, en educación significa orientar a las instituciones educativas a través de un conjunto de habilidades directivas que reconceptualizan su forma de pensar y actuar en los diversos procesos administrativos, educación, gestión, currículo y comunidad con el fin de lograr la eficacia y

eficiencia del centro escolar. En este sentido la Unidad Educativa Colegio “Los Andes”, no cuenta con un procedimiento adecuado para la formación integral de las actividades necesarias para el desarrollo y desempeño de su labor diaria debido al método de trabajo aventurado. Como señala acertadamente Chiavenato (2009): “el comportamiento organizacional representa la interacción continua y la influencia mutua entre las personas y las organizaciones” (p. 6). Adicionalmente, todas las organizaciones necesitan procesos de interacción internos y externos que agreguen mayor valor para lograr sus objetivos.

De ahí que, el responsable de gerenciar la empresa debe caracterizarse como una persona con altos conocimientos en el campo de la gestión que pueda realizar la planificación estratégica de las actividades económicas a realizar y tener en cuenta posibles factores internos y externos que puedan amenazar con afectar negativamente a la empresa. Por lo tanto, el comportamiento organizacional no ha tenido un método efectivo, el trabajo se vuelve rutinario, monótono y poco adaptable al cambio, al punto que no cuentan con un área de cobranzas, así como las actualizaciones del sistema operativo Windows, los paquetes de contabilidad llegan a ser deficientes por cuanto no están actualizados y la imposibilidad de adquirir nuevas licencias, por ello, se considera un factor muy importante para ayudar y apoyar a los gerentes a administrar mejor y con eficacia sus asuntos organizacionales y prepararlos para enfrentar problemas y situaciones organizacionales.

3.2.2. Recursos humanos

El recurso humano está dividido de la siguiente manera: un administrador y 1 asistente administrativo. Por lo tanto, el asistente de administrativo asume la función de vaciar los libros de Office Excel "no actualizados". Esta información se enviará al Jefe de Contabilidad, quien revisará los detalles y corregirá cualquier error. Luego se ingresa la información.

Por su parte, Valderrama (2018), expone que para optimizar el talento humano; “la empresa debe hacer la selección del personal, considerando diferentes habilidades y disciplinas, que aporten valor y sea comprometidos con la empresa” (p.58). Sin embargo, el director gerente no cuenta con un personal capacitado. Por lo general, solo hay un asistente, esto refuerza la idea de que claramente no son las personas adecuadas para el crecimiento de la empresa.

3.2.3. Investigación y desarrollo

Hacer crecer una empresa no se limita a repetir el mismo trabajo. Por lo tanto, es necesario que los dueños de empresas realicen estudios de mercado que comprendan las preferencias y necesidades de los clientes, y que proporcionen a los clientes servicios que tengan una demanda latente, en otras palabras, existe una necesidad, pero no existe un servicio para satisfacerla. De ahí que, desde hace 5 años para acá, dicha empresa educativa ha venido teniendo escasas actividades laborales ya que su cartera de clientes a reducido considerablemente, motivado a la manera poco organizada de trabajo, baja labor comercial debido a la realidad país y situación pandemia por el COVID-19, inflación y dolarización en sectores al precio paralelo y a BCV.

Para Schmiedeberg, en el 2008 y Shefer, en el 2005, la investigación y desarrollo son factores para originar innovaciones al interior de las empresas, en este departamento se impulsa la innovación o generación de nuevos elementos que mantengan la expectativas de los clientes hacia el producto que se ofrece, siendo necesario una eficaz y eficiente inversión, ello le ayuda en el conocimiento y control de las decisiones que se tomen en un momento determinado, porque es una herramienta de valor en desarrollo y crecimiento del mercado donde ofrece su producto, fortaleciendo sus ventas y su rentabilidad. De modo que, la Unidad

Educativa Colegio Los Andes, se ubica en zona frontera donde la economía se ha venido trabajando con otras divisas (peso colombiano y dólares). En ese sentido, han tomado la iniciativa de ofrecer varias formas de servicios, además diariamente se desarrollan planes para ampliar tanto los servicios como la cartera de clientes.

3.2.4. Finanzas

Las finanzas de la institución educativa se manejan en conjunto con los directivos y administrador de la empresa, quien considera factores de riesgo y utilidad. Esto se debe a la coyuntura que vive el país por la severa recesión económica, lo que genera incertidumbre ante potenciales gastos de capital, pero esto no es una limitante para apostar por un mayor crecimiento y salud empresarial.

En este orden de ideal, para Riveros (2020), en su publicación sobre las finanzas personales, refiere que “forman un área del conocimiento imprescindible para comprender la realidad del entorno económico-financiero en el que se desenvuelve la empresa”. De tal forma, que el caso de estudio, debe considerar este renglón con prioridad para establecer un control exhaustivo de gastos e ingresos; siendo así un negocio prospero; igualmente, lograr la expansión del producto a todas las zonas del país; por otra parte, encontrar que el producto tenga la rigurosidad en el proceso del pago.

En la forma en que los procesos organizacionales mantienen el sistema económico, sustentados en el lenguaje contable y financiero bajo un entendimiento de las relaciones comerciales, respaldados en información financiera estándar que refleja el panorama real de la empresa.

3.2.5. Logística y aprovisionamiento

La logística y aprovisionamiento es crucial para las operaciones de una empresa: reduce costos de producción y facilita los procesos de la cadena de suministro. Según Blanco, L. (2022) la logística y aprovisionamiento plantea: “asegurar que la empresa cuente con un flujo constante y controlado de los materiales necesarios para llevar a cabo su actividad, ya sea en la producción o venta”. En resumen, se trata de gestionar y optimizar la entrada de productos y materias primas en la empresa para asegurar el buen funcionamiento de todas las etapas de la cadena de suministro.

El administrador de la Unidad Educativa Colegio “Los Andes”, se encarga de asegurar la recepción de insumos a través de una planificación logística y de aprovisionamiento. Para lograrlo, es importante mantener una comunicación constante con los proveedores para analizar los costos antes de realizar la compra, y mantener comunicación con el asistente administrativo para obtener información acerca de los niveles de inventario del insumo.

3.2.6 Operaciones.

El éxito de una empresa se basa en las operaciones o actividades que realice, las cuales deben ser planificadas y evaluadas por el personal de gerencia. El administrador de la Unidad Educativa Colegio “Los Andes”, planifica las operaciones de ventas, pagos a proveedores y pagos de servicios técnicos e instalaciones. Algunos de los objetivos de la empresa educativa son mejorar la calidad, generar empleo y unir a la comunidad a través de una empresa estable y admitiendo personal que brinde apoyo. En su estudio, Gómez G (2023) indica que:

La operación abarca todas las etapas desde la idea hasta la satisfacción del cliente. El objetivo de la operación es lograr la satisfacción del cliente

superando sus expectativas sobre la empresa en el corto, medio y largo plazo y con ello lograr que vuelva a comprar.

3.2.7 Marketing y ventas

El marketing se considera una herramienta útil para identificar las necesidades de los clientes potenciales sobre productos que desean pero que no están disponibles en el mercado. En términos de marketing, Mesquita (2018) afirmó que el marketing es el estudio y expresión creativa de cómo satisfacer las necesidades del mercado objetivo con el fin de obtener ganancias. El marketing reconoce necesidades y deseos insatisfechos. "Indicar, automatizar y medir el tamaño del mercado" (p. 3). En las empresas educativas, los auxiliares administrativos son garantes de las campañas de marketing digital a través de las redes sociales, donde diariamente se publican productos de interés para los clientes.

3.2.8. Servicios postventa

Es una herramienta para recopilar información sobre los productos postventa, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente. El personal asistente administrativo, se acerca a los representantes para preguntar sobre el servicio prestado, con el fin de asegurar la satisfacción de los clientes y en situaciones en las que el servicio o la calidad del mismo sean insatisfactorios. Sobre los servicios de atención postventa, Hammond (2022) afirma que es crucial brindar una buena atención al cliente incluso después de la venta para mantener una relación excelente. Esto es tan importante como ofrecer una buena atención antes y durante la venta (p.11).

Se debe ofrecer a nuestros clientes mejores soluciones, experiencias más gratificantes y la oportunidad de una relación duradera. Relación que cumple con las necesidades deseadas y puede progresar, crecer y lograr el éxito diariamente.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2024 – 2028

4.1 Objetivo General 2024 a 2028

Implementar un plan estratégico para posicionar la empresa en el mercado, mediante el desarrollo de un producto o servicio contable dirigido a la Unidad Educativa Colegio “Los Andes” durante los años 2024-2028 enfocado en el área contable

4.2 Objetivos estratégicos 2023 a 2028

- a. Incrementar las ventas totales desde un 12% anual promedio con tendencia al incremento desde las ventas del 2023 a 2028
- b. Incrementar los niveles de rentabilidad a partir de un 20% anual con tendencia hacia al crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028
- c. Formalizar y estructurar los procesos de negocio de la empresa en un 100% en el lapso de 2 años.
- d. Desarrollar la marca de la empresa a través del marketing digital en 2 años.
- e. Realizar el 15% de las ventas por el canal e-commerce (comercio electrónico) en un plazo de cinco años.

4.3 Análisis de los objetivos estratégicos 2024 a 2028

En la relación al primer objetivo, es preciso fijar acciones para el aumento de ingresos principales en la Unidad Educativa Colegio “Los Andes”, entre los que se destacan: mantener una cartera de clientes actuales del municipio Junín, con servicios de calidad y eficiencia también captar nuevos clientes; uso constante del marketing digital, destacando la variedad y precios como alternativas para disfrutar de servicios agradables.

Con respecto al segundo objetivo, es significativo llevar un control de actividades de la empresa de manera legal y establecida, para dar cambios de progreso en la empresa y así lograr los objetivos, metas y estrategias de la empresa educativa, con el fin de lograr la calidad y eficiencia de los servicios que ofrece, también establecer visibilidad en las plataformas de redes sociales, proyectar el crecimiento de cartera de clientes y realizar cambios internos como agregar a sus actividades laborales paquetes de software contable actualizados y diseñados a sus necesidades de profesión.

El tercer objetivo es promover la imagen digital de las instituciones educativas, popularizar los servicios que ofrecen y adaptarse a las realidades del entorno tecnológico, atraer y comunicarse con los clientes de una manera moderna, sencilla y rápida y traer cambios fructíferos y positivos a la empresa. y diferenciarse de la competencia. A continuación, el cuarto objetivo es aplicar herramientas de marketing digital para fortalecer la capacidad de crear y mejorar nuevas tecnologías de atención al cliente para atender la unidad de aprendizaje del colegio “Los Andes”; cabe mencionar que este objetivo a través del canal principal del sitio web ayudará a incrementar las ventas, el sitio web estará abierto las 24 horas del día y el contenido se actualizará periódicamente para que los clientes puedan ver sus servicios actuales en la galería y contactar a la empresa. Por correo electrónico. Asimismo, la viabilidad se refiere a la provisión de recursos para la implementación de un

proyecto específico; por ejemplo, en el caso de una institución educativa (forum.wordreference.com), el objetivo es crear un espacio colectivo para la modernización y el cambio adaptativo en la contabilidad. Además, al brindar servicios innovadores que marquen la diferencia, la formalización debe implementarse en un plan de prestación de servicios de manera organizada, cuyos elementos básicos incluyan: (propósito de la auditoría, alcance, documentos a utilizar, duración de la operación, responsables persona y personal técnico) recomienda utilizar Auditorium Software") y otros recursos adicionales para brindar un mejor servicio a los clientes que necesitan este servicio.

CAPÍTULO V. LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la estrategia

5.1.1 Matriz FODA cruzada (MFODA)

El análisis FODA incluye una evaluación de fortalezas y debilidades para diagnosticar la situación interna de toda la organización, así como una evaluación externa de la organización, es decir, oportunidades y riesgos. Es un ejercicio reflexivo de diagnóstico empresarial. Las vulnerabilidades también se pueden identificar a través de un análisis preliminar: posibles sesgos, características organizacionales o personas que se destacan de la competencia. Esto significa que estos activos o regiones están en desventaja en comparación con el resto del mundo empresarial y necesitan mejorar, potenciar y equilibrar el desempeño general de toda su organización. Al respecto Espinoza (2023) afirma: “La matriz FODA o análisis FODA es una herramienta de análisis estratégico que tiene como objetivo principal brindar un diagnóstico claro a la organización para tomar decisiones estratégicas oportunas y mejorarlas en el futuro”. La matriz de análisis FODA puede permitir

identificar las oportunidades y amenazas que ofrece el mercado, así como las fortalezas y debilidades de la organización.

En la institución Unidad Educativa Colegio “Los Andes”, se aplica la matriz FODA cruzada con la finalidad de buscar soluciones y estrategias a la realidad, desarrollar un plan de acción en la empresa para realizar transformaciones que mejoren el ambiente laboral. Anteriormente se ha analizado el diagnostico de situación en la matriz MEFE (oportunidades y amenazas) que está vinculado con los entornos (político, económico, social, tecnológico, ecológico Y MEFI (fortalezas y debilidades), donde se presentaron elementos positivos y negativos que influyen en las actividades laborales.

Ambiente Interno Ambiente Externo	Fortalezas F1. Infraestructura	Debilidades D1. No posee paquete contable actualizados
Oportunidades: O1 Aumento de matrícula estudiantil	Estrategias FO: FO1: Diseñar productos y servicios especializados para nuevos clientes.	Estrategias DO: DO3: Planificar el aprovisionamiento a mediano plazo en atención a las metas establecidas
Amenazas A.1 Amplia cantidad de instituciones educativas competidoras	Estrategias FA: FA2: Desarrollar una manejo permanente de investigación de mercados	Estrategias DA: DO4: Sistematizar información sobre los segmentos del mercado para el desarrollo de funciones y aplicaciones específicamente orientadas a sus estilos de vida y necesidades

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

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.1.2. Matriz Interna – Externa (MIE)

La matriz interno-externa para Castellanos (2015) “representa una herramienta para evaluar una organización en términos de sus factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas)” (p. 12). Es decir, la matriz interna y externa permite a los directivos de empresa descubrir más fácilmente los factores internos y externos que afectan directa o indirectamente al desarrollo de la actividad de la organización para poder tomar decisiones concretas sobre algunas estrategias de mejora empresarial.

En este orden de ideas, se realizó un diagnóstico preliminar a la Unidad Educativa Colegio “Los Andes” para indagar acerca de los factores tanto externos e internos como inciden en el desarrollo del mismo. Para ello fue necesario, mediante una entrevista facilitada por el administrador, el asistente administrativo de la empresa, para conocer aspectos de la situación política del país y su afectación, así como también el entorno socio económico de los propietarios de la mencionada institución educativa, lo cual permitió realizar un análisis respecto a las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. En este particular, y partiendo de los análisis de los factores que inciden en el desarrollo de las actividades de la institución educativa y se detalla a continuación el siguiente resultado reflejada en la siguiente tabla.

Tabla X Resumen MEF E y MEF I

Matriz	Resultado
MEFE	3.04
MEFI	3.01

Fuente: Elaboración propia (2023)

Tabla X. *Matriz Interna – Externa*

		4	3	2	1		
3	I		II	III	3.04 Matriz Externa	Crecer y construir	
2	IV		V	VI		Retener y mantener	
1	VII		VIII	IX		Eliminar o desinvertir	
	3.01 matriz Interna						

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.2 Selección de la estrategia

5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Tabla X. *Matriz de estrategias vs objetivos estratégicos*

Objetivos estratégicos Estrategias	Incrementar las ventas totales desde un 20% anual promedio con tendencia al incremento desde las ventas del 2024 a 2028	Incrementar los niveles de rentabilidad en a partir de un 20% anual con tendencia hacia al crecimiento promedio desde los resultados anuales del 2024 a 2028	Formalizar y estructurar los procesos de negocio de la empresa en un 100% en el lapso de 2 años.	Desarrollar la marca de la empresa a través del marketing digital en 2 años
Diseñar productos y servicios especializados para nuevos clientes.	X	X	X	X
Planificar el aprovisionamiento a mediano plazo en atención a las metas establecidas		X	X	X
Desarrollar un manejo permanente de investigación de mercado		X	X	X

Fuente: Elaboración propia (2023)

5.2.2. Estrategias seleccionadas

En resumen, las estrategias provienen de la matriz FODA cruzada y se utilizan para lograr los objetivos de manera eficiente en la empresa Unidad Educativa Colegio “Los andes”. Se destaca que las estrategias que obtuvieron mejor puntuación y estuvieron relacionadas con los objetivos son:

1.Crear servicios especializados para clientes nuevos: Se relaciona con los objetivos de la siguiente manera: en primer lugar, formalizar y estructurar la empresa en un nuevo entorno de trabajo, en segundo lugar, implementar nuevas estrategias atractivas en el ámbito tecnológico y, en tercer lugar, realizar servicios eficaces para los nuevos clientes.

2. Planificar el aprovisionamiento a mediano plazo en atención a las metas de establecidas: Se debe avanzar gradualmente con los cambios en los procesos de formalización y manejo de los servicios. Esto permite observar la evolución de la empresa y adaptarse a las nuevas estrategias que sean eficaces.

3. Desarrollar un manejo permanente de investigación de mercado: Desarrollar una investigación de mercado constante implica mantenerse actualizado en las nuevas tendencias empresariales y habilidades necesarias para alcanzar los objetivos, como aumentar las comercializaciones en un 10% a través del marketing digital y diferenciarse de la competencia al promocionar la empresa.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 Plan funcional de marketing

6.1.1. Situación actual de la gerencia de marketing

La Unidad Educativa Colegio Los Andes, como se describió anteriormente, es una institución con una trayectoria de más de 60 años que tiene como finalidad dar una educación de calidad desde el preescolar hasta bachillerato, en donde el perfil del educando es tener una educación completa y eficaz, la dependencia está ubicada en la calle 8 con av 9 en el Centro de la ciudad de Rubio, Municipio Junín, Estado Táchira. Entre tanto, la institución cuenta con marketing, teniendo en cuenta redes sociales, pagina web, aula virtual.

Además, las organizaciones necesitan hacer más marketing con estrategias efectivas para ayudar en las estrategias de crecimiento y adquisición de nuevos clientes, así como en la influencia del liderazgo en la organización. Como afirmaron Oliveros y Esparragozza (2016), “El objetivo de la gestión de marketing es mantener la presencia de una empresa en el mercado a través de esfuerzos de marketing persuasivos destinados a atraer nuevos negocios a nivel nacional e internacional” (s/p). Por lo tanto, es necesario desarrollar una estrategia basada en la dirección de la prestación de servicios con el objetivo de lograr rentabilidad y distribución eficiente de los recursos institucionales.

6.1.2. Objetivos de marketing

- Perfeccionar la influencia de la institución educativa en el mercado durante los 2 primeros años del periodo.
- Atraer nuevos clientes, dando a conocer lo que la institución educativa ofrece.

- Acrecentar la venta de servicios en un 10% con propensión a aumentar este porcentaje desde 2024 a 2028.
- Incrementar la rentabilidad en un 10% con tendencia a aumentar este porcentaje durante el periodo 2024 a 2028.
- Optimizar la fidelización con los clientes fijos de la institución educativa e implementarla con nuevos clientes.

6.1.3. Acciones estratégicas de marketing

Estrategia de cartera

Hay que tener en cuenta que la implementación de una estrategia de cartera, requiere de un análisis previo tanto de los servicios que se ofrecen como del atractivo de la empresa y su competitividad, las diferentes combinaciones de servicios que deberá proyectar la tesorería empresarial, permite conservar una espejismo impreciso de partiendo de su fondo de datos; por otra parte, por otra parte, ayuda a retener a la mayor cantidad de clientes; de esta manera, constituye un conjunto de prácticas y conocimientos para mediar los servicios que están disponibles y que constituyen su propósito y motivo de ser.

En este orden de ideas, el rendimiento constituye un punto de estudio, que muestre a la administración, las medidas para neutralizar el mercado que limita su servicio; es por ello, que se brinda una oportunidad al mes promociones. Para lograr que la Unidad Educativo Colegio Los Andes, tenga un mayor posicionamiento dentro del mercado se gestionaran campañas e iniciativas de marketing para proyectar la marca y hacerla mucho más atractiva, creando y gestionando las redes sociales con el fin de cumplir los objetivos planteados.

Estrategia de segmentación, de posicionamiento y de fidelización

La segmentación, no es más que dividir el mercado en grupos de clientes que comparten similitud de necesidades y deseos para de la misma manera crear estrategias diferenciadas a cada uno de ellos. La unidad educativa colegio los andes, está ubicada de forma estratégica en un sector netamente céntrico y comercial, esto facilita claramente que la demanda de sus servicios sea mayor, cabe destacar que estos productos son variados y se diversifican según la necesidad del cliente, mayormente en el sector las personas se dedican al comercio aunado que existen varias instituciones educativas, para ambos varían los productos y precios lo cual implica una división en marcas, rentabilidad.

Fidelización

Es importante desarrollar una relación satisfactoria entre el consumidor, producto, marca y la empresa, con el fin de que el cliente vuelva a requerir los productos y servicios para que así, se convierta en un cliente frecuente, para ello la unidad educativa colegio los andes tiene previsto aplicar lo siguiente:

- Adecuarse mucho mejor al servicio que requiera el cliente
- Mejorar el servicio de post-venta
- Generar más comunicación con el cliente
- Lograr una buena experiencia con el cliente en cuanto atención y productos.
- Mantener la calidad de los servicios.
- Interactuar más en redes sociales.

Estrategia funcional

La estrategia funcional es uno de los fundamentos clásicos del marketing; según varios autores, su historia comenzó en 1960. En particular, al profesor E. se le suele llamar el

fundador de este método. Jerome McCarthy lo describió ese año y lo simplificó a las llamadas 4P del marketing; los nombres en inglés de estas cuatro variables son: product, price, place y promotion, y en español lo llamamos Producto, Precio, Distribución y Comunicación

Producto/servicio

La U.E. colegio los andes, como su objetivo social lo indica, contaba con un amplio directorio de servicios que en su mayoría eran para fomentar una educación de calidad. Con el paso de los años esta institución ha venido disminuyendo su cartera de estudiantes y en la actualidad debido a la entrada de nuevas instituciones educativas al mercado han decaído y a la falta de organización por parte de los socios y a la situación económica del país, por tal motivo de la mano de los socios, se pretende mejorar esta situación aportando más atraktividad a los servicios que se ofrecen con el fin de diversificarlos y a la imagen de la empresa para el público objetivo.

Precio

A diferencia de otras instituciones educativas en el sector, la U.E. Colegio los andes, se distingue por sus métodos de pago así como bajos costos en los servicios siendo de la misma calidad a los de la competencia, desventaja es que cuenta con un margen de ganancia de solo el 15% pero a la misma vez genera precios de interés al público, la empresa ha trabajado de esta forma desde hace algunos años para diferenciarse y hacer de sus precios más atractivos, de igual manera se procura mantener y crear diferentes estrategias de promoción en cuanto a precios

Plaza

La U.E. Colegio los andes requiere de un mejoramiento en el área de cobranzas, ya que actualmente dispone de solo recepción de pagos de mensualidades de representantes que siempre están al día mientras que quedan en segundo plano aquellos representantes que duran cierto tiempo sin pagar, lo que hace que se acumule varias mensualidades, es importante implementar el área de cobranzas la cual se encargara de hacerle seguimiento continuo a aquellos representantes que están morosos por meses, utilizando canales de comercialización convenientes como empresa para una mayor comodidad de los clientes.

Promoción

La U.E. Colegio los andes, tiene más de 60 años en el mercado lo que le han llevado a tener una exitosa y productiva trayectoria en el mercado educativo, siendo la primera organización en el sector con la visión de Promover, proponer, participar en el desarrollo de actividades y proyectos que tienden a mejorar la calidad educativa, participando en diferentes actividades tales como actividades científicas, deportivas, científicas y bandística en el municipio, el Estado y, en general, en todo el territorio nacional, esto ha hecho que hoy en día mantenga excelentes referencias en general, no obstante es necesario potenciar este reconocimiento para seguir proyectando el nombre de la empresa utilizando diferentes formas de publicidad como: vallas publicitarias y panfletos modernos tanto físicos como digitales, publicidad radial, crear eventos y cursos gratuitos con el fin de llamar la atención del público igualmente aplicar métodos de métodos digitales.

6.1.4. Presupuesto

El presupuesto publicitario es la cantidad de dinero que se planea en invertir para promocionar la marca o productos durante un periodo de tiempo, como un año o trimestre;

es la principal herramienta que permite saber cuáles son los ingresos y gastos en un tiempo determinado; su importancia radica en que sirve para controlar y evaluar, es decir, saber en qué áreas existen desviaciones o variaciones, diferencias entre lo obtenido y lo presupuestado.

Tabla 8

Presupuesto del plan funcional de marketing

PLAN DE MARKETING	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Acciones							
Investigación del segmento de mercado andino y sus alrededores para determinar los productos con un valor adquisitivo accesible al consumidor.	Contratación de equipo de investigación de plaza y promoción	\$120,00 (mensuales)	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00	\$720,00
Difusión de información y publicidad en medios de comunicación, redes sociales y sitios web	Pago de publicidad a los proveedores del servicio	\$20,00 (mensuales)	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
encontrar de un community manager que le ayude a la empresa a desarrollar las redes sociales y otros medios de comunicación	Contratar a un encargado del manejo de las redes sociales.	\$50,00 (mensuales)	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Equipo de computación y Mobiliario		\$1600	\$1600				
		TOTAL (\$)	\$3.160,00	\$1550,00	\$1550,00	\$1550,00	\$1.550,00

Fuente: Elaboración propia 2023

6.1.5 Ejecución de tareas del plan de marketing.

El cumplimiento del plan funcional del marketing será aplicado luego de establecer la organización y plan de liderazgo que requiere la empresa previamente, de igual manera este plan estará a cargo del administrador de la empresa junto con el equipo de administración para realizar todos los pasos necesarios.

La primera fase y la más importante se llevara a cabo en el primer año del periodo donde será acondicionada el área de trabajo que seguidamente será ocupada por el equipo de marketing que contratara la empresa, los cuales se les pagara una cuota mensual de 50\$ seguidamente se cancelara un monto de 20\$ monto facturado por las redes sociales para impulsar los anuncios de las publicaciones en redes sociales y así estas lleguen a más personas, luego la creación de una valla publicitaria luminosa con el fin de llamar la atención e interés del público objetivo, se crearan conferencias gratuitas para las personas, en los espacios de la empresa para otorgar información de interés al público y culminar con la publicidad radial para hacer más fuerte el nombre de la empresa, el segundo año también estará enfocado en seguir aplicando las estrategias, los siguientes tres años serán aplicadas de manera más intermitente pero sin dejar de tomarles importancia, con el fin de mantenerlas. Con el cumplimiento de estas estrategias indudablemente la empresa conseguirá una mejor posición frente al mercado.

6.2 Plan funcional de operaciones.

6.2.1. Situación actual de la gerencia de operaciones

Sáenz R. en el 2005, manifiesta que las operaciones tienen una importante obligación que radica en que, “le facilita atraer más compradores”; así mismo, determina quienes son los clientes reales, por ello, la unidad educativa colegio los andes, cuenta con un Gerente de Operaciones el cual es el encargado actualmente de la gestión diaria de la institución y de coordinar sus actividades técnicas

Esta institución educativa cuenta con una prestación de servicios de alta calidad y confiabilidad ya que su personal en este caso son docentes graduados en de universidades reconocidas. Por otra parte, también se oferta al público servicios de buena calidad y a bajos

precios, actualmente la institución presta sus servicios desde de lunes a viernes desde las 7:00AM hasta las 6:00PM

6.2.2. Objetivos de operaciones

- 1.- Sistematizar la calidad del servicio academico
- 2.- Preparar a los empleados en su formación y crecimiento profesional.
- 3.- Fortalecer el trabajo en equipo.
- 4.- Mejorar la selección del personal.
- 5.- Implementar la evaluación de desempeño.

6.2.3. Desarrollo de la estrategia de operaciones

Estrategia de costos – capacidad

Optimizar recursos eliminando actividades improductivas.

Estrategia calidad – procesos

Manejar un método de mejora continua, siempre actualizando el proceso de servicio y de excelente calidad.

Estrategia de flexibilidad – capacidad

Promover la comunicación segura y eficaz.

6.2.4. Presupuesto

PLAN DE OPERACIONES Acciones	Recursos	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Plan de formación del personal del área operativa	20 horas x 4 personal	\$2,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00	\$192,00
	20 horas x 1 facilitador	\$3,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
TOTAL (\$)			\$252,00	\$252,00	\$252,00	\$252,00	\$252,00

6.2.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

- La evaluación del mercado estará a cargo el gerente de operaciones quien evaluara detalladamente las instituciones de la zona, para determinar cuáles son los mejores y así poder esclarecer mejor que servicios son de buena calidad y accesibles al cliente.
- El personal de trabajo tomara talleres constantemente que hagan mejorar la labor para impulsar un mejor servicio a los clientes.
- Se contratará un asesor en tecnología para mejorar las posibles áreas que el crea se puedan mejorar digitalmente para así optimar mejor el trabajo, además de esto se tiene previsto actualizar la página web de la institución donde se pueda apreciar la inclusión en la modalidad de pagos, para permitir que el cliente tenga un mejor y más rápido servicio.

6.3 Plan funcional de recursos humanos

6.3.1. Situación actual de la gerencia de recursos humanos

Actualmente, a pesar de sus muchos años de existencia, la Unidad Educativa del Colegio Los Andes A.C se encuentra si la organización quiere concretar planes diseñados para

impulsar el crecimiento empresarial. Por tanto, como en una empresa de servicios, toda organización empresarial debe contar con un departamento de recursos humanos para gestionar los esfuerzos de las personas. Actualmente la institución educativa no cuenta con un departamento de personal, por lo que la institución no cuenta con los beneficios mencionados. Por tanto, no cuenta con los beneficios que brinda este departamento, a saber: mejorar las capacidades de los empleados, mejorar el desempeño del equipo, reclutar nuevos talentos y asegurar la comunicación interna de los empleados.

En tal sentido, la Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C cuenta con sistema totalmente diferente, ya que la Dirección del plantel es la encargada de recibir las síntesis curriculares de toda aquella persona que desee optar para el cargo de docente de aula. Aun así, los individuos no obtienen alguna respuesta sino en los días posteriores, ya que dichas síntesis son revisadas al final del año escolar o en el momento que la institución carezca del algún docente y en algunos casos no son revisadas.

Por otra parte, la Sub dirección del plantel, a través de su secretaria, es responsable de recibir los currículos para los puestos del personal de las instalaciones, ya sea de apoyo laboral, académico o logístico. Finalmente, la administración del Departamento de Educación del Colegio Los Andes A.C es responsable del pago de los salarios y sus beneficios sociales al final de cada año académico. Cabe señalar que, si bien la junta escolar es responsable de recibir los esquemas de los cursos, ella misma no toma decisiones sobre quién trabaja en la institución. Para aclarar dicha situación, se mencionó que los principales socios de la empresa realizan reuniones internas para decidir sobre la contratación de personal docente y administrativo.

6.3.2. *Objetivos de recursos humanos*

- Conformar el departamento de recursos humanos con el personal calificado
- Mejorar el proceso de selección de los aspirantes más calificados.
- Reconocer y motivar a los empleados en función de sus actitudes de productividad.
- Desarrollar e implementar estrategias de capacitación de empleados.
- Motivar al personal con bonos de productividad.

6.3.3. *Estrategias*

- Fortalecer las relaciones públicas de la empresa
- Ofrecer oportunidades de crecimiento con aumento de sueldo
- Formación de talleres de seguridad y responsabilidad
- Crear fondo de caja chica para recompensar el empleado del mes

6.3.4. *Presupuesto*

Estrategias	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Fortalecer las relaciones públicas de la empresa	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Ofrecer oportunidades de crecimiento con aumento de sueldo	\$1000,00	\$1500,00	\$2000,00	\$2500,00	\$3000,00
Formación de talleres de seguridad y responsabilidad	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
Crear fondo de caja chica para recompensar el empleado del mes.	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
TOTAL (\$)	\$1.750,00	\$2.250,00	\$2.750,00	\$3.250,00	\$3.750,00

Fuente: Elaboración Propia (2023)

6.3.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

La Unidad Educativa Colegio los Andes considera que todo el grupo de trabajo está muy comprometido con la implementación de este plan y por ello desarrollará estrategias para mejorar el proceso de reclutamiento con el fin de mejorar el trabajo con los empleados. La institución responsable de la implementación del programa es la institución educativa de la empresa a la que se aplican estas funciones. Además, los empleados de la industria recibirán capacitación en seminarios de contratación para fortalecer las funciones de dotación de personal de la empresa. También se realizarán cursos y seminarios, para planificar las actividades de cada área de trabajo y su planificación, los seminarios que se llevarán a cabo brindarán información importante para el mejoramiento del área de recursos humanos, por lo tanto la empresa brindará información sobre el proceso actual en recursos humanos, logrando así una agradable trabajar, Ser conscientes del compromiso y responsabilidad con la empresa.

6.4 Plan de responsabilidad social empresarial (RAE)

6.4.1 Situación actual de la RSE.

De acuerdo a la legislación venezolana, la responsabilidad social empresarial tiene como propósito realizar actividades de impacto ambiental en pro de la comunidad para generar la sostenibilidad y bienestar de las generaciones presentes y futuras. En otras palabras, la responsabilidad social empresarial corresponde a las acciones orientadas a proteger y conservar el ambiente, tomando en cuenta la protección de las personas ante cualquier peligro que pueda representar la actividad económica que realice la empresa.

Por consiguiente, la actividad económica que desempeña la unidad educativa Colegio los Andes es cónsona con el objetivo que se plantea con la responsabilidad social empresarial, debido a que realiza de manera continua actividades en pro de la conservación y preservación del ambiente que le rodea, manteniendo a diario la limpieza e higiene de sus instalaciones para evitar la contaminación y exponer a sus empleados, estudiantes y representantes peligro de contaminación. También, colabora con la limpieza y siembra de árboles en los alrededores de la institución, así como el jardín botánico y del Campito de la comunidad, demostrando de esta manera la responsabilidad ética con la sociedad. Además, para prevenir cualquier impacto negativo, el colegio los Andes, tiene planeado diseñar y ejecutar un plan de acción para cumplir con la responsabilidad social empresarial.

6.4.2 Objetivos de RSE.

- Promover acciones para la optimización en el manejo de residuos para evitar la contaminación y la proliferación de insectos y roedores.
- Reutilizar materiales de desecho como reciclaje.
- Promover acciones en pro de generar una actitud conservacionista y de preservación del ambiente en el personal docente, administrativo, de apoyo, estudiantes y representantes.
- Capacitar al personal acerca de la seguridad e higiene industrial.

6.4.3 Actividades de RSE.

A fin de llevar a cabo el plan de responsabilidad social de la Unidad Educativa Colegio los Andes, es necesario realizar las siguientes actividades para el logro de los objetivos propuestos:

En relación al primer objetivo específico se deben realizar actividades de limpiezas y desinfección continua en todas las instalaciones de la institución educativa y en especial en baños. De igual manera recolectar de manera segura los residuos orgánicos y vegetales de la cantina para ser depositados en lugares alejados y tapados para la espera de la recolección del aseo urbano. Esto, con el fin de evitar la contaminación, proliferación de insectos y roedores.

Con respecto al segundo objetivo específico, concerniente a la reutilización de materiales de desecho como reciclaje, es necesario disponer de un lugar alejado del lugar para la atención de los estudiantes, para que utilicen los recipientes identificados para materiales orgánicos y no orgánicos, este último diferenciándolo del vidrio, cartón y plástico.

De igual modo, informar a todo el personal sobre la importancia que tiene la clasificación de los residuos en los diferentes contenedores para su posterior reciclaje y reutilización.

De acuerdo al objetivo para que los directivos, docentes y estudiantes en general asuman una actitud conservacionista y de preservación del ambiente. Para ello es necesario impulsar estrategias por medio de las redes sociales, donar a los representantes y comunidad bolsas para la recolección de la basura.

Finalmente, para dar cumplimiento a la capacitación del personal acerca de la seguridad e higiene industrial, es necesario contratar los servicios profesionales de un ingeniero industrial para que imparta los conocimientos requeridos para tal fin.

6.4.4 Presupuesto RSE.

Fuente: Elaboración propia (2023)

Descripción	Costo unitario (\$)	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Manejo de material biodegradable	100\$	100\$	150\$	200\$	200\$	200\$
Compra de pipotes de reciclaje	100\$	100\$				
Contratación de ingeniero Industrial	150\$	1800\$	18000\$	1800\$	1800\$	1800\$
TOTAL RSE	260\$	2000\$	1950\$	2000\$	2000\$	2000\$

6.4.5 Ejecución de tareas del plan de RSE.

En esta fase correspondiente a la responsabilidad social de la unidad educativa colegio los andes, se necesita el apoyo de todos los empleados de la misma para poder lograr el éxito de las actividades, ya serán en beneficio propio y de toda la comunidad, tanto estudiantil como aledaña a la empresa, dicho esto se recurrirá a nuevos emprendimientos que faciliten productos a precio justo, dichos productos pueden ser (pan, productos de higienes personal como productos de primera necesidad establecidos en la canasta familiar). Así mismo el departamento de recursos por medio de las fundaciones organizara las campañas de manejo de desechos biodegradables y mantenimiento de zonas verdes como lo son parque jardines etc.

6.5 Plan funcional de finanzas y evaluación financiera.

6.5.1 Situación actual de la gerencia financiera.

Actualmente la Unidad Educativa Colegio Los Andes obtiene un ingreso del 70% mensual bajo un 100% promediado de nómina estudiantil, el cual se desglosa para cubrir los egresos del plantel: nómina, reparación y mantenimiento, gastos de papelería, servicios públicos, otros egresos y el saldo a favor de ganancia a la institución. En cuanto a la nómina, la parte administrativa, obrera y personal de apoyo reciben la cancelación de su sueldo en cuatro partes, es decir pago semanal bajo el sueldo base estipulado incluyendo los sueldos correspondientes a los socios de la organización. La parte del personal docente recibe según los pagos establecidos ordinariamente por la ley, es decir quince y último del mes, lo cual ha sido una estrategia que ha permitido a la institución manejar con mayor control y factibilidad los ingresos y egresos, ya que la nómina se cubre con el 30% bajo el 100% promediado.

Por otra parte, la administración asigna un 10% de los ingresos al departamento obrero para cubrir los gastos de limpieza y mantenimiento, siendo la parte de mantenimiento la que mayor porcentaje cubre al momento de realizar las reparaciones correspondientes ya que por ser un plantel educativo corre el riesgo de tener mayor desgaste de su planta física. La administración del plantel también designa un 20% de los recursos a las actividades extracurriculares, deportivas y gastos de la agrupación UECLA Banda Show. Por último quedando un 5% para fondo de emergencia y el 5% restante como ganancia.

6.5.2. Objetivos de finanzas

- Desarrollar lineamientos para el proceso de ventas para aumentar los índices en lo posible en un 20% para el cierre del cuarto trimestre del año 2024 y continuar hasta el año 2028.
- Mantener la calidad de los servicios para mantener la preferencia de los clientes.
- Diseñar estrategias de pagos mediante promociones a costos bajos durante algunos días específicos de la semana a fin de enfrentar la competencia.

- Diversificar la carta de servicios para aumentar la atención y preferencia de los clientes, a fin de aumentar los índices de productividad.

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



Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C


INVERSIONES	INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VIDA UTIL	(%) Amort
ACTIVO NO CORRIENTE (A)								
Mobiliario	1.680,00						10	10%
equipo de computacion	1.580,00						10	10%
TOTAL NO CORRIENTE	3.260,00							
ACTIVO CORRIENTE (B)								
Existencias iniciales								
Tesoreria (Caja Bancos)	27.000,00							
TOTAL CORRIENTE	27.000,00							
TOTAL INVERSIÓN (A + B)	30.260,00							

Fuente: Elaboración propia (2023)

CÁLCULOS INTERMEDIOS						
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mobiliario	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
equipo de computacion	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00	1.580,00
TOTAL	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00
DOTACIÓN AMORTIZACIONES	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mobiliario		168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
equipo de computacion		158,00	158,00	158,00	158,00	158,00
TOTAL		326,00	326,00	326,00	326,00	326,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mobiliario		168,00	336,00	504,00	672,00	840,00
equipo de computacion		158,00	316,00	474,00	632,00	790,00
TOTAL		326,00	652,00	978,00	1.304,00	1.630,00

Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.4. Proyección de ventas 2024-2028

		Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS / INGRESOS						
Cupos educación inicial	unidades	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
	precio	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
	ingresos	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Cupos educación Primaria	unidades	228,00	228,00	228,00	228,00	228,00
	precio	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
	ingresos	136.800,00	136.800,00	136.800,00	136.800,00	136.800,00
Cupos Media General	unidades	700,00	730,00	736,00	760,00	700,00
	precio	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
	ingresos	420.000,00	438.000,00	441.600,00	456.000,00	420.000,00
PRODUCTO / SERVICIO 5	ingresos					
TOTAL INGRESOS		578.400,00	597.600,00	597.600,00	610.800,00	610.800,00

Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.5. Proyección de costos y gastos operativos 2024-2028

		Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C				
PERSONAL	DATOS	CALCULOS INTERMEDIOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	200,00	96.000,00	116.160,00	127.776,00	140.309,50	154.509,90
Incremento salarial anual	10,00%					
N° de empleados año 1	40					
N° de empleados año 2	40					
N° de empleados año 3	40					
N° de empleados año 4	40					
N° de empleados año 5	40					
% costo Seguridad Social	14,00%					
Total gastos de personal		13.440,00	16.262,40	17.888,64	19.577,00	21.645,25
		109.440,00	132.422,40	145.864,64	160.231,10	176.254,21
ALQUILER						
Alquiler mensual						
Subida anual prevista en %						
OTROS GASTOS						
Electricidad	15,00	180,00	234,00	304,20	395,40	511,10
Teléfono	12,00	144,00	187,20	243,36	316,37	411,28
Internet	25,00	300,00	380,00	500,00	659,10	859,50
COMBUSTIBLE DE PLANTA ELECTRICA	20,00	240,00	312,00	406,80	527,76	689,49
AGUA	5,00	60,00	78,00	101,40	131,82	171,57
PUBLICIDAD	50,00	600,00	780,00	1.014,00	1.318,20	1.713,88
PAPELERIA	100,00	1.200,00	1.560,00	2.028,00	2.636,40	3.427,32
GASTOS PRESUPUESTADOS	5.552,00	66.024,00	85.611,20	112.084,80	146.372,80	190.207,81
Subida media anual en %	10,00%					
TOTAL OTROS GASTOS		69.348,00	90.162,40	117.198,12	162.307,06	198.064,82
TOTAL GASTOS		178.788,00	222.574,80	262.862,76	312.538,96	374.319,04

Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.6. Cálculo del capital de trabajo 2024-2028

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00
Amortizaciones		326,00	652,00	978,00	1.304,00	1.630,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3.260,00	2.934,00	2.608,00	2.282,00	1.956,00	1.630,00
Existencias						
Clientes						
Tesorería	27.000,00	345.956,23	645.292,19	912.478,36	1.150.516,86	1.339.294,52
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	27.000,00	345.956,23	645.292,19	912.478,36	1.150.516,86	1.339.294,52
TOTAL ACTIVO	30.260,00	348.890,23	647.900,19	914.760,36	1.152.472,86	1.340.924,52


Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.7. Estructura y opciones de financiamiento 2024-2028

FINANCIACIÓN		Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C					
		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		30.260,00					
PRESTAMOS							
Condiciones	Tipo de Interés						
	Años						
TOTAL FINANCIACIÓN		30.260,00					
COMPARACIÓN:	INVERSIÓN	30.260,00					
	FINANCIACIÓN	30.260,00					


Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.8. Estado de resultado proyectado 2024-2028

		Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C				
¿Impuesto sobre beneficios?	16.00%					
¿% distribución de beneficios?	5.00%					
CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	578.100,00	597.600,00	597.600,00	610.600,00	610.600,00	
Aprovisionamiento						
Variación de existencias						
Margen	578.400,00	597.600,00	597.600,00	610.600,00	610.600,00	
Gastos de personal	109.110,00	132.122,10	145.881,61	160.231,10	178.251,21	
Alquileres						
Otros gastos	69.345,00	90.152,10	117.198,12	152.357,56	198.061,82	
EBITDA ?	399.612,00	375.025,20	334.737,24	298.211,34	236.480,96	
Amortizaciones	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00	
EBIT ?	399.286,00	374.699,20	334.411,24	297.885,34	236.154,96	
Gastos financieros						
BAI ?	399.286,00	374.699,20	334.411,24	297.885,34	236.154,96	
Impuesto sobre beneficios	63.685,76	59.951,87	53.505,80	47.661,65	37.781,79	
Resultado	335.400,24	314.747,33	280.905,44	250.223,69	198.373,17	
DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS						
DIVIDENDO	15.770,01	15.737,37	14.045,27	12.511,18	9.918,51	
RESERVAS	318.630,23	299.009,96	265.850,17	237.712,50	188.454,66	

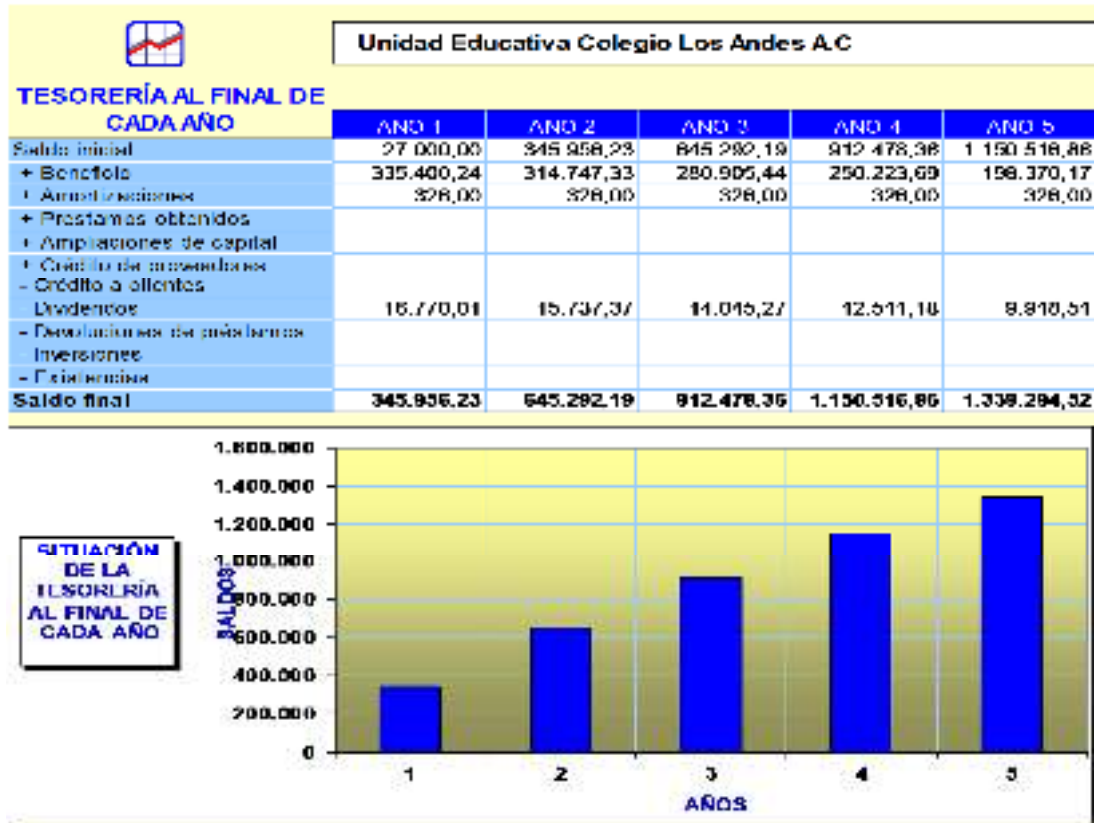
Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.9. Estado de situación financiera proyectado 2024-2028

		Unidad Educativa Colegio Los Andes A.C					
BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVO							
Inmovilizado	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	
Amortizaciones		328,00	652,00	978,00	1.304,00	1.630,00	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3.260,00	2.934,00	2.608,00	2.282,00	1.956,00	1.630,00	
Existencias							
Clientes							
Tesorería							
	27.000,00	345.666,23	645.292,19	912.478,36	1.150.516,86	1.338.291,62	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	27.000,00	346.966,23	646.292,19	912.478,36	1.160.518,86	1.339.294,62	
TOTAL ACTIVO	30.260,00	348.890,23	647.900,19	914.760,36	1.162.472,86	1.340.924,62	
PASIVO							
Recursos propios	30.260,00	30.260,00	30.260,00	30.260,00	30.260,00	30.260,00	
Reservas		318.630,23	617.640,19	894.200,36	1.122.217,86	1.310.664,27	
Resultados negativos							
Préstamos							
TOTAL NO CORRIENTE	30.260,00	348.890,23	647.900,19	914.760,36	1.162.472,86	1.340.924,62	
Proveedores							
Tesorería negativa							
TOTAL CORRIENTE							
TOTAL PASIVO	30.260,00	348.890,23	647.900,19	914.760,36	1.162.472,86	1.340.924,62	

Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.10. Flujo de caja proyectado 2024-2028.



Fuente: Elaboración propia (2023)

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

		Unidad Educativa Colegio Los Andes AC						LÍMITE
		INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ANÁLISIS DEL BALANCE								
Fondo de manobra	?	27.000,00	345.956,23	645.292,19	912.478,36	1.150.516,66	1.339.294,52	>0,00
Tesorería	?	27.000,00	345.956,23	645.292,19	912.478,36	1.150.516,66	1.339.294,52	>0,00
Ratio de Tesorería	?	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>0,50
Ratio de Liquidez	?	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>0,00	>1,50
Ratio de Endeudamiento	?							<0,60
PUNTO DE EQUILIBRIO								
Ventas (V)	?		578.400,00	597.600,00	597.600,00	610.800,00	610.800,00	
Costo variables (C)	?							
Margen (M)	?		578.400,00	597.600,00	597.600,00	610.800,00	610.800,00	>CF
% Margen variables	?		100%	100%	100%	100%	100%	
Costes fijos (CF)	?		178.788,00	222.574,80	252.952,76	312.588,66	374.319,04	<M
Umbral Rentabilidad	?		178.788,00	222.574,80	252.952,76	312.588,66	374.319,04	<V

Fuente: Elaboración propia (2023)

6.5.11. Indicadores de rentabilidad 2024-2028.

RENTABILIDAD								
Económica								
Rotación	?		1,66	0,92	0,65	0,53	0,46	>0
Margen	?		0,69	0,63	0,56	0,49	0,39	>0
Financiera								
Apalancamiento	?		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	>=1
Efecto fiscal	?		0,84	0,84	0,84	0,84	0,84	
ROE								
ROE	?		0,96	0,49	0,31	0,22	0,15	>0
ROE en %	?		96,13%	48,58%	30,71%	21,71%	14,79%	>0

Fuente: Elaboración propia (2023)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La puesta en marcha de un plan estratégico, requiere tener claro la idea de negocio, que permita la definición y diseño de los objetivos, con sus estrategias a implementar, donde se demuestre la eficiencia de una empresa en la modernización, así como, a los avances de la tecnología y medios informáticos y la economía virtual, como del desarrollo que demanda la disposición de la gerencia en la implementación de todo proceso indispensable a estos efectos.

En este sentido, se realiza y propone el plan estratégico para la Unidad Educativa Colegio los Andes; el mismo, tiene como origen el diagnóstico que se realizó, donde se conocieron las debilidades y fortalezas de la organización empresarial; de allí, que a partir de este trabajo de investigación, se logró determinar que el renglón que exige del abordaje es el área contable y financiera.

Es así, como la introducción en los modelos de negocios, demandan de una metodología de nueve unidades o segmentos, separando los principales factores que influyen en el desarrollo de un negocio. No obstante, el modelo CANVAS, el cual se especificó en el capítulo tres, proporciona la seguridad para establecer la idea de negocio que se proponga a la empresa en cuestión; en el segmento de mercado, identifica, que tipo de clientes tiene el negocio, lo cual constituye la puesta en práctica de innovaciones que se efectúan para hacer frente a la competencia.

Por otra parte, se tiene los canales de distribución, donde se definen los medios que dejan visualizar la propuesta comercial que ofrece la empresa al mercado; a la par, forma parte de los elementos que se utilizan para mantener comunicación con los clientes; Por otro lado, se especifican las fuentes de ingresos; en este aspecto se precisa cuáles son las acciones en el desarrollo de la idea de negocio. Al mismo tiempo, los recursos claves, donde se identificaron los medios, activos humanos, tecnológicos y físicos que necesita la empresa para materializar la idea de negocio.

Aquí se considera los recursos físicos, los tecnológicos, instalaciones, transporte, que favorece la reducción de los gastos; los recursos profesionales, aprovechando los conocimientos de éstos en pro del crecimiento. Al mismo tiempo, las actividades claves, que garantizan la entrega rápida del producto a los clientes; por ende, se organiza la logística que facilite las actividades principales que le darán validez a la propuesta de negocio establecida. También se tiene la red de socios claves; este segmento, estipula cuáles son los socios que tienen la institución empresarial y las alianzas que se implantan para dar frente a la competitividad.

Por último, la estructura de costos, aquí se tratan los costos que se requieren invertir para garantizar un servicio de excelencia. Partiendo de lo expuesto en estos párrafos, el plan estratégico que está diseñado para la empresa objeto de investigación, se somete a la consideración de los gerentes de la organización, para que éstos valoren la importancia y

oportunidad que los estudiantes aspirantes al título de licenciados en administración y contaduría pública de la universidad Valle del Momboy, muestren las habilidades profesionales que esta casa de estudios superiores les ha enseñado, a la par. del aporte a la Unidad Educativa Colegio los andes, para que ponga en práctica el plan propuesto, colocándose en el desarrollo de las tecnologías y del mundo globalizado.

De todo lo indagado y concluido, se presentan las recomendaciones del presente proyecto de investigación:

- 1.- la empresa debe invertir y dedicar el tiempo indispensable para implementar el plan estratégico.
- 2.- Motivar en el personal, la importancia de este proyecto, impulsando en ellos, el compromiso con la organización, pero al mismo tiempo, los beneficios, no solo profesionales, sino las mejoras en sus ingresos y reconocimiento profesional.
- 3.- Decidir incorporar nuevo personal que favorezca la ampliación del objeto de trabajo y por ende, ampliar el mercado de ventas.
- 4.- La captación de nuevos clientes a través de la promoción, divulgación y muestra de los servicios ofertados, a través de medios de comunicación y redes sociales, con énfasis en el fortalecimiento de las áreas ya atendidas y la incorporación de nuevos servicios que eleven el número de clientes satisfechos.

6.- Mantener precios de los servicios ofertados con facilidad al cliente y descuentos, que permitan la captación de nuevos clientes, evitando otorgar créditos a largo plazos y la mora en los pagos.

7. Diversificar la venta de los servicios ofrecidos.

9. Investigación de nuevos mercados para seguir estando a la vanguardia del sistema educativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Amezquita B. Juan G y otros (2019).” Logística. Clave de la competitividad para Colombia”

Blanco, L. (2022). *Logística de los negocios y cadena de suministros*
https://www.google.com/search?q=que+es+la+log%C3%ADstica+y+aprovisionamiento++&rlz=1c1chbd_esve1013ve1013&sxsrf=ajozlqvrep5ham5oquobdmijw5vleibwa%3a167888441602

Benítez, H. (2014). **Estado de resultado proyectada.** [https:// es.slideshare.net /mrmartineles /estado-de-resultados-proyectado.](https://es.slideshare.net/mrmartineles/estado-de-resultados-proyectado)

Castellanos, L. (2015). *Estrategia y planificación estratégica.*
<https://lcestrategia.wordpress.com/2015/01/25/05-1-matriz-interna-externa-ie/>

Ceupe (2021) *Qué es la estructura financiera de la empresa.* [https:// www.ceupe.com/ blog/que-es-la-estructura-financiera-de-la-empresa.html](https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-estructura-financiera-de-la-empresa.html)

Cuevas, D. (2013) *Los Estados Financieros Proyectados* [https:// www.monografias.com/docs /monograf%C3%8da-los-estados- financieros- proyectados-pkcr96cybz#google_vignette](https://www.monografias.com/docs/monograf%C3%8da-los-estados-financieros-proyectados-pkcr96cybz#google_vignette)

Chacón, L. (2022). *Estructura de costos de una empresa.* [https://www.up- spain.com/blog/estructura-de-costes-de-una-empresa/](https://www.up-spain.com/blog/estructura-de-costes-de-una-empresa/)

Gavilánez J y Holmes (2015). *Modelo de negocios Canvas y diseño de estrategias.* Tesis de grado. Para optar al título de ing. Comercial mención finanzas Universidad salesiana de guayaquil ecuador. [https://dspace.ups.edu.ec/ bitstream/ 123456789/9044/1/UPS- GT000878.pdf](https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9044/1/UPS-GT000878.pdf)

Galindo, A. (2022). *La Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial En Venezuela troglifos.* [https://petroglifosrevistacritica.org.ve/revista/la-practica-de-la- responsabilidad-social-empresarial-en-venezuela/](https://petroglifosrevistacritica.org.ve/revista/la-practica-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-venezuela/)

Gómez G. Emilio. (2017). IMP Consultores. Definición de Marketing.

Hammond, M (2022). *Servicio postventa*. <https://blog.hubspot.es/service/servicio-post-venta>

Márquez G. Juan F. “Innovación en los Modelos de Negocios 2010”

Mesquita, R (2018). *Que es marketing*. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Sáenz Z. Roy. (2005). Artículo de la Revista Latinoamericana de Administración.