

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**  
Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura en Administración de Empresas



**Planeación estratégica, como instrumento de crecimiento empresarial  
para las pymes en El Naranjo, Libertad, Petén**  
(Artículo Científico - Trabajo de Graduación)

Olga Maricela Chán Vicente

Guatemala, noviembre 2019

**Planeación estratégica, como instrumento de crecimiento empresarial  
para las pymes en El Naranjo, Libertad, Petén**  
(Artículo Científico - Trabajo de Graduación)

Olga Maricela Chán Vicente

Lic. Herson David Guaran (**Asesor**)

Lic. Roberto Cano (**Revisor**)

Guatemala, noviembre 2019

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. HC Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M.A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**EMBA. Adolfo Noguera Bosque**

Secretario General

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz**

Decano

**Mgtr. Baldomero Fidel Ramírez Zabala**

Coordinador Regional

Guatemala, 9 de marzo del año 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo científico titulado **“Planeación estratégica, como instrumento de crecimiento empresarial para las pymes en el Naranjo, Libertad, Petén”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido,

Atentamente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'O. M. Chán Vicente', with a large, sweeping flourish extending to the right.

Olga Maricela Chán Vicente

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No. 201404335

**REF.: C.C.E.E.L. ADMON. PD -.001-2019  
SEDE EL NARANJO, LA LIBERTAD, PETÉN**

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 23 DE SEPTIEMBRE DEL 2019  
ORDEN DE IMPRESIÓN**

**Tutor:** Licenciado Herson David Guarán Pérez  
**Revisor:** Licenciado Roberto Cano  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas

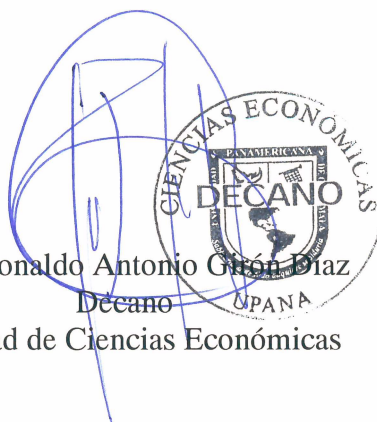
**Artículo científico titulado: "Planeación estratégica, como instrumento de crecimiento empresarial para las pymes en el Naranjo, Libertad, Petén".**

**Presentado por:** Olga Maricela Chán Vicente

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de:** Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Grón Díaz  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas



Licenciada en Administración de Empresas

Colegiado: 21,328

[hdguaran@upana.edu.gt](mailto:hdguaran@upana.edu.gt)

Teléfono: 5417-6059

Santa Elena, Flores, Petén, 28 de febrero del 2019

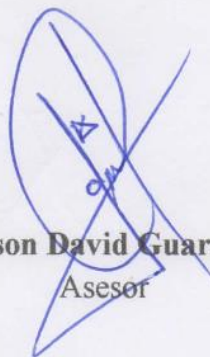
Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: **“Planeación estratégica, como instrumento de crecimiento empresarial para las pymes en el Naranjo, Libertad, Petén”**, realizada por Olga Maricela Chán Vicente carné No. 201404335, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para continuar con los procesos correspondientes, por lo tanto doy dictamen de aprobado al tema desarrollado con una nota de ochenta y ocho (88) puntos de 100.

Al ofrecerme por cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



**Lic. Herson David Guarán Pérez**  
Asesor

Guatemala, 08 de abril 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

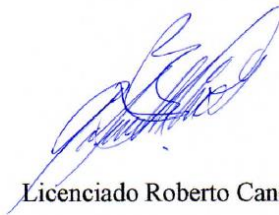
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo científico titulado: "**Planeación estratégica, como instrumento de Crecimiento empresarial para las pymes en el Naranjo, Libertad, Fetén**", realizado por Olga Maricela Chán Vicente, carné 201404335, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Licenciado Roberto Cano

Colegiado Activo 28318

## **Dedicatoria**

- A Dios** Dedico este trabajo de graduación a Dios por ser mi guía, por darme fortaleza para esforzarme y cumplir mis metas, en esta etapa por culminar, porque a pesar de las dificultades nunca me soltó de su mano de misericordia.
- A mis padres** Mi padre Ernesto Chán, hombre honesto, honrado y con muchas otras cualidades que han servido de ejemplo para mí, a mi madre Victoria Vicente mujer esforzada, trabajadora, humilde que me inculco valores y principios morales, porque gracias a ellos aprendí a dar valor a las cosas que con mucho sacrificio se logran obtener.
- A mi hijo** Por ser mi principal motivación para seguir preparándome día con día y ser ejemplo para que en su futuro también busque su crecimiento académico, y pueda ser un profesional con principios y valores, que aporte beneficios a la sociedad.
- A mis hermanos** Gonzalo Chán, Blanca Chán, Walter Chán, Lilian Chán, Sindy Chán, porque recibí de cada uno de ellos palabras motivadoras cuando pensé que no podía continuar este camino que me había planteado.
- A mis compañeros** A todos y cada uno de ellos porque aparte de unirnos un compañerismo nos une una amistad que se refleja en el apoyo mutuo, con palabras de motivación en los momentos difíciles.



# Contenido

## Página

<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>1 Metodología</b>	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1. Objetivo general	2
1.3.2. Objetivos específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	2
1.4.1. Investigación descriptiva	2
1.5 Sujeto de la investigación	2
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1. Temporal	3
1.6.2. Geográfico	3
1.7 Definición de la muestra	3
1.7.1 Empleo muestra finita o infinita	3
1.8 Definir instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
<b>2 Resultados</b>	
2.1 Presentación de resultados	6

### **3 Discusión y conclusiones**

3.1 Extrapolación	14
3.2 Hallazgos y análisis general	17
3.3 Conclusiones	18

### **Referencias**

Libros	20
Fuentes electrónicas	20
Revistas	20

<b>Anexo</b>	<b>21</b>
--------------	-----------

## Lista de gráficas

	<b>Página</b>
Gráfica No. 1 Apoyo de crecimiento personal	6
Gráfica No. 2 Fundación de la empresa	6
Gráfica No. 3 Misión y visión de empresas	7
Gráfica No. 4 Oportunidades y amenazas de la empresa	7
Gráfica No. 5 Factores que impiden crecimiento de la empresa	8
Gráfica No. 6 Estrategias de venta implementadas en las empresas	8
Gráfica No. 7 Estrategias de venta de la competencia	9
Gráfica No. 8 Objetivos específicos de la empresa	9
Gráfica No. 9 Planificación de toma de decisiones	10
Gráfica No. 10 Debilidades de la organización	10
Gráfica No. 11 Valores importante que debe tener la empresa	11
Gráfica No. 12 Herramientas para tener mayor crecimiento empresarial	11
Gráfica No. 13 Planeaciones estratégicas	12
Gráfica No. 14 Beneficios de la planeación estratégica	12
Gráfica No. 15 Interés para implementar planeación estratégica	13

## **Abstract**

El propósito de la investigación fue apoyar a las PyMES ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, en su desarrollo económico. Porque debido a una observación se evidenció la falta de mecanismos que definan el rumbo organizacional. Para ello se crearon técnicas para recolección de datos entre ellas una encuesta con preguntas cerradas para facilitar la obtención de resultados; la cual fue dirigida a los propietarios de las diferentes empresas ubicadas en esta área y en el que se evidencio la falta de una herramienta de apoyo en el crecimiento empresarial.

Por lo cual se propuso la Planeación Estratégica como un instrumento necesario para mejorar el desarrollo económico de los negocios, y se dio a conocer que gracias a esta herramienta se puede llevar un mejor control con la aplicación de estrategias planificadas para el mejor aprovechamiento de factores que benefician a la organización.

## **Introducción**

La Planeación Estratégica es un instrumento muy importante en una organización, debido a que permite al ejecutivo llevar un mejor control, gracias a que se realiza un análisis interno y externo en el cual se destacan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo que permite buscar estrategias para el aprovechamiento de los beneficios y a contrarrestar los factores que podrían afectar el rumbo de la empresa.

En el trabajo de campo se observa que la Planeación Estratégica, es un tema que muchos de los propietarios de las PYMES del área del Naranjo, La Libertad, ignoran debido a que la forma de dirigir es únicamente empírica, pero de esta manera no se está sacando el máximo potencial de los negocios.

La promoción de la planeación estratégica como instrumento fundamental para el crecimiento empresarial de las PYMES en la comunidad el Naranjo, La Libertad, Petén. Es el tema principal que se da a conocer mediante la redacción de tres capítulos los cuales llevan un proceso descriptivo: Capítulo 1 se detalla el proceso metodológico que se aplica a la investigación realizada, se plantea estratégicamente el problema, se designa el objetivo y pregunta de investigación tomando en cuenta todos los factores posibles, se considera el sujeto, los alcances, se determina la muestra, se buscan los instrumentos de investigación, se programa la recolección de datos, y al final realizar el procesamiento y análisis de los datos.

En el capítulo 2 está contenido por los resultados obtenidos representados por gráficos dando razón a las encuestas realizadas a los sujetos de investigación. El capítulo 3 contiene la discusión de los resultados obtenidos, extrapolación que es el análisis comparativo, los hallazgos y el análisis generalizado de la problemática trabajada y luego se encuentran las conclusiones obtenidas de acuerdo a cada objetivo de investigación.

# **Capítulo 1**

## **Metodología**

### **1.1 Planteamiento del problema**

En la actualidad la forma de operación de las PyMES ubicadas en la comunidad del Naranjo, Libertad; Petén, refleja la falta de un instrumento de apoyo para el crecimiento y consolidación de las organizaciones en mención, por lo que se pretende promover la planeación estratégica como herramienta de refuerzo para lograr una gestión más eficaz preparando a las empresas a enfrentar diversas situaciones que se presentan.

Para que una empresa pueda llegar a tener éxito y ser competente en el mercado actual, todas sus operaciones tienen que estar debidamente planificadas y aplicar las estrategias necesarias en sus distintas operaciones. En la comunidad El Naranjo, La Libertad, Petén, se ha observado que la mayoría de las empresas han iniciado operaciones empíricamente y se ve la necesidad de aplicar una Planeación Estratégica adecuada, de acuerdo a la naturaleza de cada una.

La Planeación Estratégica implica la realización de un análisis interno y externo para la redacción de la misión, visión, la fijación de objetivos específicos a seguir (metas), así como también la redacción de los valores y principios morales que dirigirán la forma de realización de las actividades de las empresas, esta herramienta ayudara también a detectar las principales oportunidades, así como también las amenazas, además de facilitar la toma de decisiones y llevar un mejor control.

La implementación de la Planeación Estratégica trae múltiples beneficios organizacionales, entre ellos, comprende el crecimiento empresarial, la ventaja competitiva, el desarrollo comercial, y se caracteriza por ser dinámica, flexible y adaptable a cualquier tipo de organización, es por ello que es una herramienta eficaz para el desarrollo de las PyMES ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén.

## 1.2 Pregunta de investigación

¿Es la planeación estratégica, un instrumento fundamental en el crecimiento empresarial para las PyMES en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén?

## 1.3 Objetivos de la investigación

### 1.3.1. Objetivo general

Promover la planeación estratégica como instrumento fundamental para el crecimiento empresarial de las PYMES en la comunidad del Naranjo, Libertad, Petén.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Conocer las principales características y beneficios de la planeación estratégica como herramienta fundamental de una empresa
- Demostrar que la planeación estratégica puede ser una herramienta necesaria para el crecimiento empresarial para las pequeñas y medianas empresas del Naranjo, La Libertad, Petén
- Apoyar a las pequeñas y medianas empresas a tener un mayor crecimiento con la implementación de la planificación estratégica

## 1.4 Definición del tipo de investigación

### 1.4.1. Investigación descriptiva

Se realizó un análisis descriptivo a las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Peten; con la finalidad de conocer detalladamente la forma en que son dirigidas actualmente estas organizaciones, y para ello se elaboraron ciertas técnicas con las que se dan a conocer detalladamente como realizan sus actividades económicas.

## 1.5 Sujeto de la investigación

El sujeto de la investigación se refiere a las personas que participaran en la recolección de datos en este caso para realizar el estudio de la presente investigación se tomará en cuenta a los propietarios

de las pequeñas y medianas empresas que se ubican en la comunidad de la aldea el Naranjo, La Libertad, Petén; que asciende a un total de 100 empresarios.

## 1.6 Alcance de la investigación

### 1.6.1. Temporal

La investigación durará un lapso de 7 meses y 9 días que comprenden desde el 25 de agosto del año 2018 al 9 de marzo del año 2019. En la primera fase se ejecutará el marco metodológico, en la segunda fase se realizará la presentación de resultados y en la tercera fase se da a conocer los hallazgos, también se llevará a cabo un análisis general y por último se determinan las conclusiones.

### 1.6.2. Geográfico

El área geográfica selecciona para el análisis de la presente investigación se realizará en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la comunidad el Naranjo, La Libertad, del departamento de Petén; en las que se pretende que se implemente la planeación estratégica para contribuir en su crecimiento, y a la vez se generara un desarrollo económico para la comunidad.

## 1.7 Definición de la muestra

### 1.7.1 Empleo muestra finita o infinita

El tamaño de la población a investigar es de 100 propietarios de las diferentes empresas ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, por lo que se utilizó la muestra finita para recabar los datos, debido a que se tiene el conocimiento del total de personas a investigar. Y por consiguiente se procedió a la implementación de la fórmula para extracción de la muestra que se estará trabajando.

El tamaño de la muestra se logró determinar a través de la formula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(e^2 ( N-1) ) + Z^2 p q}$$



Dónde:

n = Tamaño de la muestra ?

$e^2$  = Margen de error 5% (0.05)

N = Población 100

1 = Varianza

Z = Valor de Z (1.96)

p = 0.5

q = 0.95

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.95 * 100}{(0.05)^2} = 182.476$$

$$n = \frac{182.476}{6.77476} = 26.93$$

Tamaño de la muestra 27

## 1.8 Definir instrumentos de investigación

Se utilizó la herramienta del cuestionario con preguntas cerradas para obtención y recolección de datos, las cuales se redactaron de manera que llevaran un orden para facilitar el manejo de la información. También se elaboraron gráficas donde se especifican los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, siendo estos el centro de la investigación donde se determinará la importancia de aplicar una Planeación Estratégica es fundamental para el éxito de las empresas, que actualmente carecen de un instrumento de apoyo en el crecimiento empresarial.

## 1.9 Recolección de datos

El proceso de recolección de datos de la presente investigación se llevó a cabo a través del trabajo de campo en el que se realizaron visitas a las diferentes empresas ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, en las que se entregó a los propietarios y fundadores de las pequeñas y medianas empresas una encuesta con preguntas cerradas. Con la finalidad de conocer la forma de operación de las actividades económicas, así como también dar a conocer el tema principal que es la Planeación Estratégica.

El sistema de preguntas cerradas se utilizó con la finalidad de obtener únicamente los datos necesarios para el presente informe y evitar confusiones.

## 1.10 Procesamiento y análisis de datos

Para facilitar el manejo de los datos recolectados en el cuestionario de la encuesta realizada a los propietarios de las PyMES de la comunidad El Naranjo, La Libertad, Petén, primero se realizó el análisis y cálculo en papel de forma manual para ordenarlos y clasificarlos. Luego se procedió a la utilización de un sistema de cómputo en el que se tabularon los datos y se expresaron en gráficas para mostrar detalladamente el resultado obtenido.

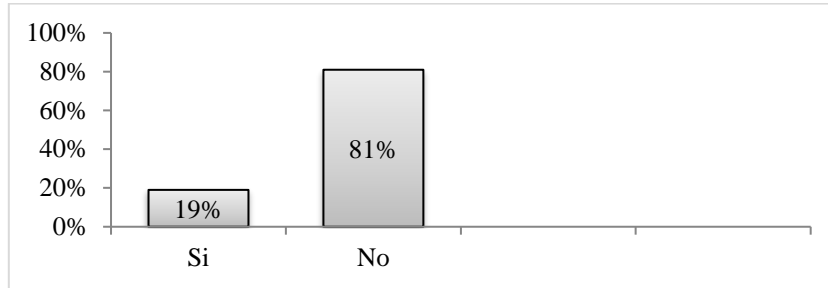
## Capítulo 2

### Resultados

#### 2.1 Presentación de resultados

1. ¿Su empresa cuenta con un programa de apoyo para el crecimiento empresarial?

**Gráfica No. 1 Apoyo de crecimiento personal**

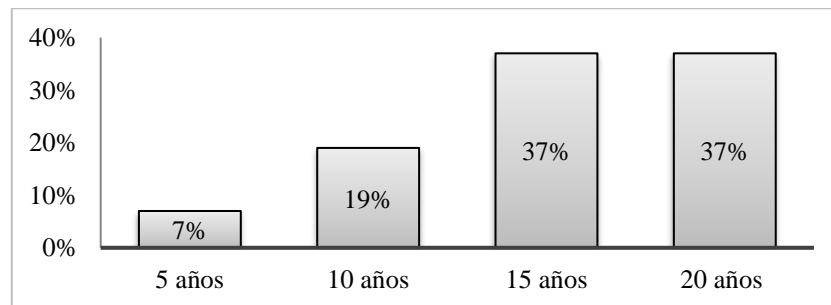


Fuente: elaboración propia (2019)

Se inició el cuestionario preguntándole a los propietarios si su organización cuenta con un programa que les ayude en el crecimiento organizacional con la finalidad de conocer como dirigen actualmente la empresa a su cargo, y según las respuestas obtenidas el 81% de los encuestados aceptaron que no cuentan con ninguna herramienta de apoyo; mientras que el 19% dijo que si cuenta con dicho programa.

2. ¿Cuántos años tiene su empresa desde su fundación?

**Gráfica No. 2 Fundación de la empresa**



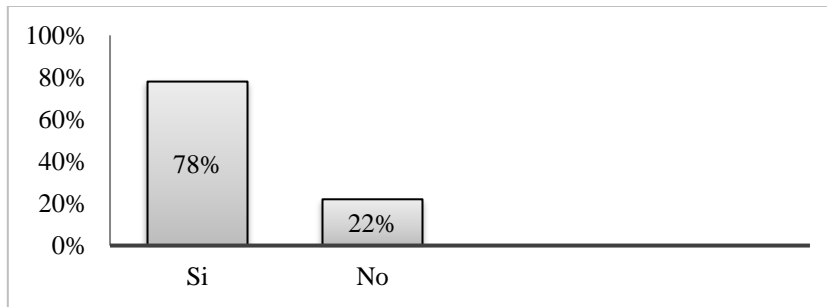
Fuente: elaboración propia (2019)

En la gráfica No.2 se puede observar que el 7% de las empresas encuestadas ha sido fundada hace 5 años, mientras que un 19% de ellas tiene 10 años de estar funcionando en el mercado, también

se da a conocer que otro 37% se fundó hace 15 años, y el resto de las empresas encuestadas que es del 37% realiza operaciones económicas des hace 20 años.

3. ¿Conoce alguna empresa que contenga plasmada una misión y visión?

**Gráfica No. 3 Misión y visión de empresas**

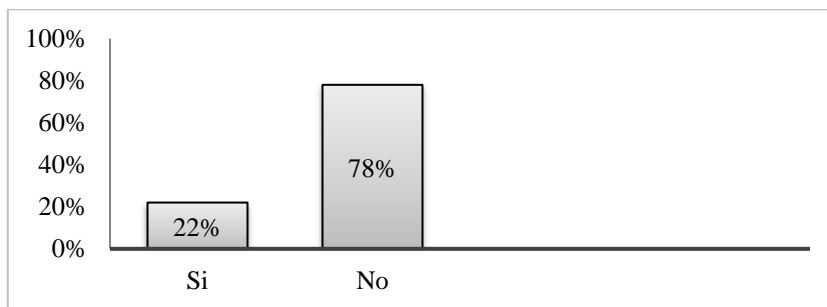


Fuente: elaboración propia (2019)

Cómo se puede observar en la gráfica No.3 el 78% de los encuestados respondieron que si conocen alguna empresa que contenga plasmada la misión y visión, y el 22% de los encuestados afirman no conocer ninguna.

4. ¿Se ha puesto a analizar alguna vez las oportunidades y amenazas que enfrenta su empresa?

**Gráfica No. 4 Oportunidades y amenazas de la empresa**

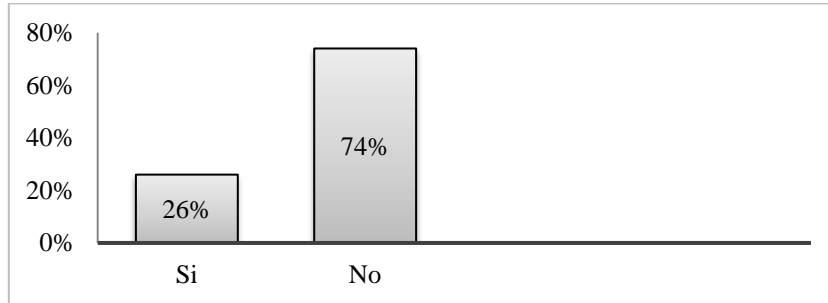


Fuente: elaboración propia (2019)

En la gráfica No.4 se muestra que sólo el 22% de los propietarios encuestados de las pequeñas y medianas empresas de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, analizan detalladamente las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta la organización, mientras que el 78% no dedican tiempo a realizar un análisis de los factores que podrían si bien aprovechar también contrarrestar.

5. ¿Conoce usted los factores que impiden el crecimiento de su organización?

**Gráfica No. 5 Factores que impiden crecimiento de la empresa**

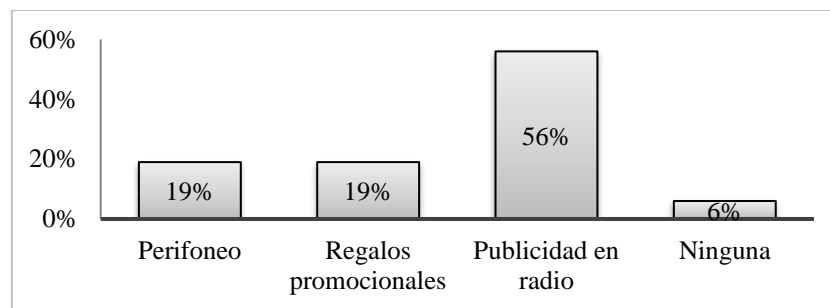


Fuente: elaboración propia (2019)

La interrogante sobre el conocimiento de los factores que influyen en el crecimiento organizacional se realizó con el fin de observar si los empresarios tienen información y aprovechan estos elementos, para generar un crecimiento en la empresa y en la gráfica anterior podemos apreciar que el 26% de los propietarios si conocen los factores que impiden el crecimiento de su organización pero dialogando con ellos especificaron que no conocen la forma de contrarrestarlos, mientras que el 74% por ciento dijo no conocer estos factores.

6. ¿Qué estrategias implementa actualmente para la atracción de clientes?

**Gráfica No. 6 Estrategias de venta implementadas en las empresas**

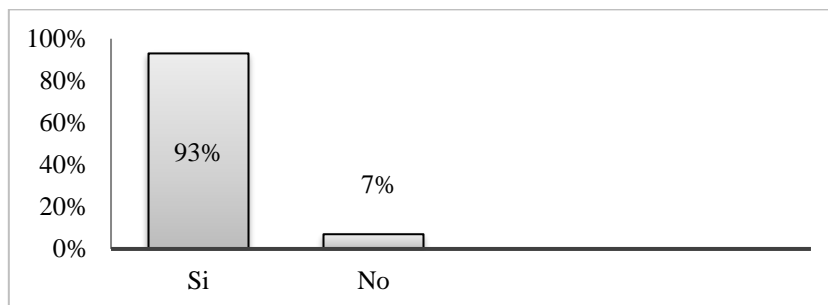


Fuente: elaboración propia (2019)

Como se observa en la gráfica No. 6 el 19% de las empresas aplican el perifoneo como estrategia para atraer clientes, el otro 19% prefieren dar regalos promocionales, el 56% cuentan con anuncios publicitarios en la radio y el 6% restante no aplica ninguna estrategia para atracción de clientes.

7. ¿Ha observado que estrategias maneja su competencia para la atracción de clientes?

**Gráfica No. 7 Estrategias de venta de la competencia**

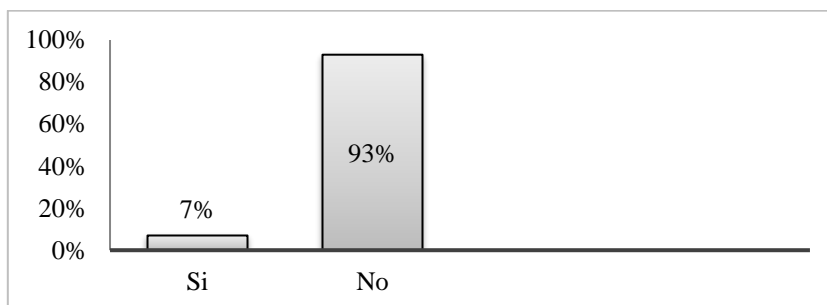


Fuente: elaboración propia (2019)

Como se observa en la gráfica No. 7 el 93% de los encuestados si observan que las estrategias aplican en la competencia, mientras que el 7% no se ha percatado de ello.

8. ¿Su empresa cuenta con objetivos específicos que le marquen el camino a seguir para llevar a su empresa al éxito?

**Gráfica No. 8 Objetivos específicos de la empresa**

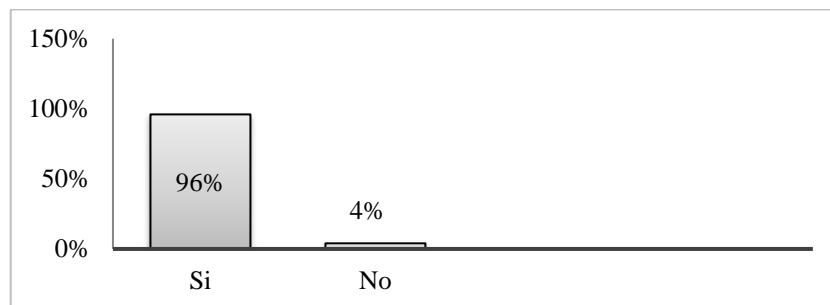


Fuente: elaboración propia (2019)

Según el gráfico No.8 se puede observar que el 7% de los encuestados se han marcado objetivos específicos para ayudar a guiar a la organización al éxito, mientras que el 93% de ellos, no los implementan. Lo cual afecta el desarrollo de la empresa porque no hay una guía que muestre los pasos para obtener resultados. Es por ello que se observa que debe haber una innovación en el área administrativa de estas organizaciones ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén.

9. ¿Considera usted que es importante planificar para poder tomar decisiones adecuadas?

**Gráfica No. 9 Planificación de toma de decisiones**

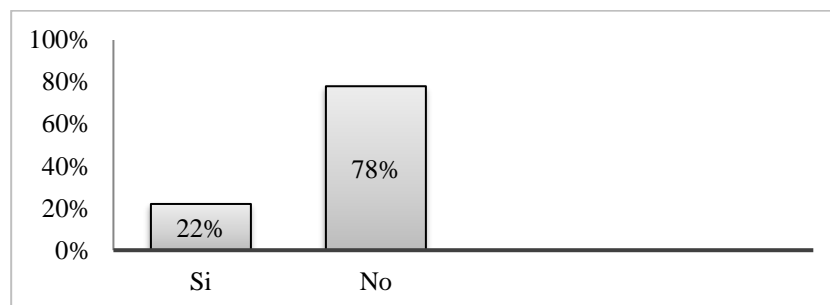


Fuente: elaboración propia (2019)

La gráfica No.9 expresa que el 96% de los encuestados considera que es necesario llevar un plan para poder tomar decisiones acertadas; el mientras que únicamente el 4% expresó que no es necesario seguir una planeación para tomar decisiones acertadas.

10. ¿Conoce las debilidades de su organización?

**Gráfica No. 10 Debilidades de la organización**

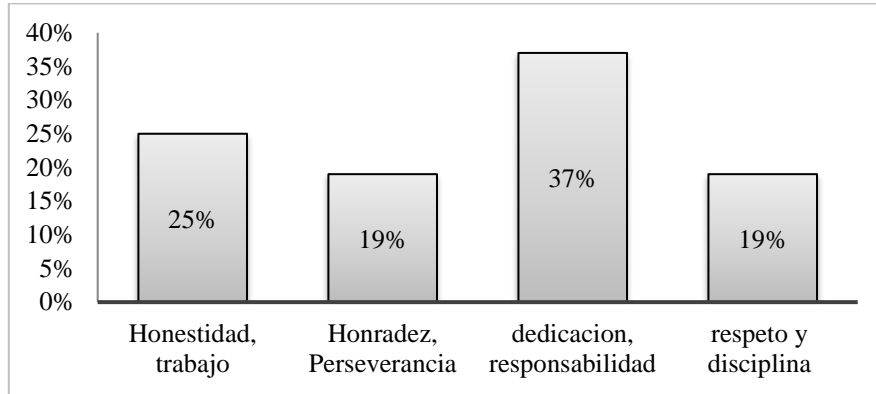


Fuente elaboración propia (2019)

Según datos recolectados se determinó que el 22% de los encuestados si conoce las debilidades de la empresa que dirige mientras que un 78% no tiene conocimiento de ellas debido a que no realizan un análisis interno en el que podrían apoyarse para la elaboración de estrategias para contrarrestar estos factores.

11. ¿Qué valores empresariales considera que deben ser más importantes?

**Gráfica No. 11 Valores importante que debe tener la empresa**

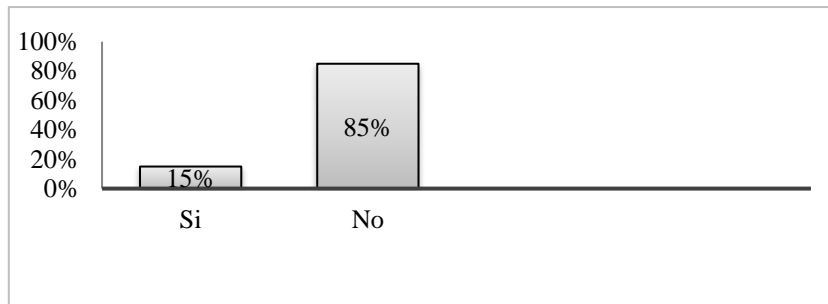


Fuente: elaboración propia (2019)

En la gráfica No.11 se muestra que el 25% de los encuestados consideran que los principales valores que una empresa debe perseguir en la honestidad y el trabajo, mientras que el 19% manifiesta que debe ser la honradez y perseverancia, el 37% expresa que debe ser la dedicación y responsabilidad y el 19% restante dice que debe ser el respeto y disciplina

12. ¿Sabía usted que hay herramientas con las que puede apoyarse para tener un mayor crecimiento empresarial?

**Gráfica No. 12 Herramientas para tener mayor crecimiento empresarial**



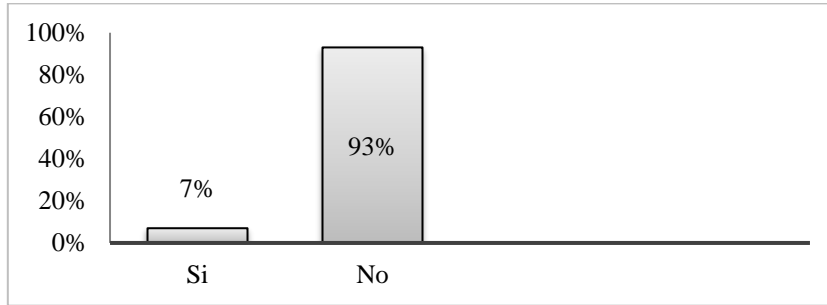
Fuente: elaboración propia (2019)

En la gráfica No.12 se puede observar que el 15% de los encuestados si conoce la existencia de herramientas que podrían utilizar para apoyarse y que su organización crezca; mientras que el 85% representa a los que respondieron que no tenían conocimiento acerca de este tema.



13. ¿Ha escuchado de la planeación estratégica?

**Gráfica No. 13 Planeaciones estratégicas**

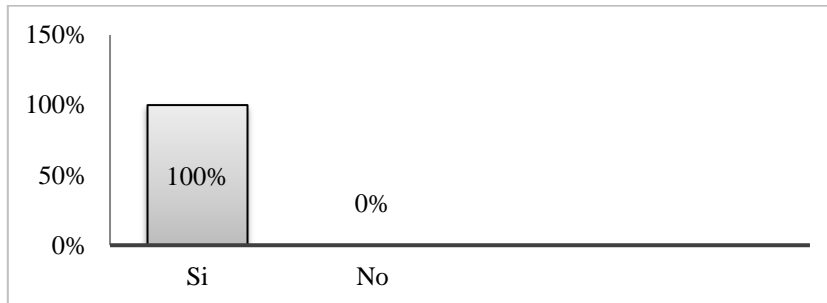


Fuente: elaboración propia (2019)

Cómo se puede observar en la gráfica No.13 se da a conocer claramente que la mayoría de los empresarios encuestados no conoce la planeación estratégica como herramienta de apoyo para el crecimiento empresarial porque el 93% contestó negativamente la pregunta, por lo que se procedió a brindarles información sobre este tema enfatizando en las ventajas que tendría la implementación de este proceso, y únicamente un 7% de los encuestados dijo si conocer este instrumento.

14. ¿Considera que la planificación estratégica traería beneficios a su organización?

**Gráfica No. 14 Beneficios de la planeación estratégica**

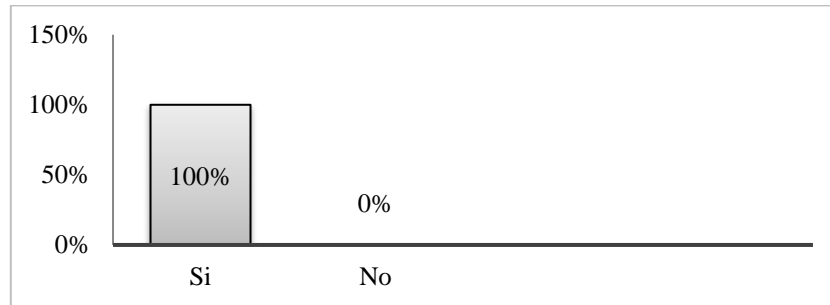


Fuente elaboración propia (2019)

Luego de haberse explicado la finalidad de la planeación estrategia y que los encuestados ya conocen el tema; el 100% es decir la totalidad, considera que la planeación estratégica si sería un instrumento útil para el crecimiento empresarial.

15. ¿Estaría dispuesto a implementar la planeación estratégica en su organización?

**Gráfica No. 15 Interés para implementar planeación estratégica**



Fuente: elaboración propia (2019)

Como punto final se preguntó si estarían de acuerdo a implementar en su organización la Planeación Estratégica y debido a que se les explico sobre este tema y sus múltiples beneficios obtenidos en las diferentes etapas de la implementación de esta herramienta; en el gráfico No.15 se puede observar que el 100% de los encuestados están de acuerdo en implementar este instrumento de apoyo para mejor su empresa.

## Capítulo 3

### Discusión y conclusiones

#### 3.1 Extrapolación

Harold Koontz y Heinz Weihrich, (2007) en el libro Elementos de administración; séptima edición da una definición amplia sobre la Planeación Estratégica y “se refiere a la determinación del propósito y de objetivos básicos a largo plazo de una empresa y a la adopción de líneas de acción y a la asignación de los recursos necesarios para lograr esos objetivos” (pág. 106).

Según este autor planear las actividades favorecen el cumplimiento de objetivos y propósitos de la empresa la cual permitirá el desempeño correcto de los diferentes roles, aprovechando cada recurso necesario.

La Dra. Marianela Armijo (2009) en su Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público define, a “La Planificación Estratégica como una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos” (pág. 5).

La planeación estratégica comprende la realización de un análisis interno y externo de la organización, para proceder a la elaboración de la misión, visión, la creación de objetivos que va a perseguir la empresa, también es necesario realizar una matriz FODA, que ayudará a la organización a determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; gracias a esta matriz se puede tener un claro conocimiento de los factores que pueden llevar al éxito o al fracaso a una organización.

“La estrategia se define como la forma en la que se determinan los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de líneas de acción, así como la asignación de los recursos necesarios para la consecución de esas metas” (Koontz Harold y Weihrich Heinz, 2013, p.107)

Hasta hace poco las estrategias no eran más que planes, hoy en día para estos autores las estrategias son cada una de las maneras en que se trabajan aspectos para cumplir los objetivos que la empresa tiene, pueden cambiar las estrategias, pero los objetivos siempre serán los mismos.

La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos. (Armijo, 2011).

Desde esta perspectiva la planificación estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones. A partir de un diagnóstico de la situación actual, a través del análisis de brechas institucionales, la Planificación Estratégica establece cuales son las acciones que se tomarán para llegar a un “futuro deseado” el cual puede estar referido al mediano o largo plazo.

Según Lerdon, (1999), una de las funciones instrumentales de la planificación estratégica es hacer un balance entre tres tipos de fuerzas, que responden a su vez a distintas preguntas: Las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización y que provienen del medio externo: ¿Cuáles serán las demandas que nos planteará el entorno? ¿Qué tipo de dificultades y obstáculos pueden entorpecer nuestra capacidad de respuesta?

Para este autor el balance de las funciones estratégicas suele ser primordiales para toda empresa y lograr superar todo tipo de inconveniente que se presente con el cumplimiento de cada estrategia planteada.

“La Planificación Estratégica es el proceso de adaptación organizacional amplio que implica aprobación de decisiones y evaluación, busca responder a preguntas básicas como: por qué existe la organización, qué hace y cómo lo hace. El resultado del proceso es un plan que sirve para guiar la acción organizacional en un plazo de tres a cinco años”. (Chiavenato, Idalberto, 2004. p.228)

En la administración la planeación estratégica es todo proceso que se adapta a la estructura organizacional, en donde cada una se evalúa y puede ser o no aprobada para el uso de los empleados y como principal herramienta de venta y éxito empresarial.

Como se había planteado, el objetivo principal de la investigación es promover la Planeación Estratégica en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, con la finalidad de realizar un aporte a dichas organizaciones; gracias a la implementación de este instrumento, estas empresas podrían llevar un mejor control y un aprovechamiento de las oportunidades, y así minimizar las debilidades y amenazas.

Según los resultados obtenidos en la gráfica 11 indica que los valores dentro de una empresa son importantes, los empresarios consideraron en un 37% que la dedicación y responsabilidad puede lograr que una empresa alcance un crecimiento mercadológico, también la honradez y perseverancia se considera importante, la disciplina y el respeto; ambos fueron mencionados por un 19% de la población encuestada.

Spranger, E. y Donnelly (1982) define a los valores como " La constelación de gustos, aversiones, puntos de vista, suposiciones, inclinaciones internas, juicios racionales, prejuicios y patrones de asociación que determinan un punto de vista de la persona acerca del mundo... Además, la importancia de una constelación de valores es que una vez incorporada se vuelve, consciente o inconscientemente, una norma o criterio para guiar las acciones de quien la ha incorporado".

Según este autor se considera a los valores como las inclinaciones personales dentro de una empresa que pueden hacer a un lado todo tipo de prejuicio, trabajando todos en equipo, permitiendo que el empleado busque el bienestar de la empresa para la que labora como si fuera algo propio que cuida y busca lo mejor para hacerla crecer.

Mintzberg, H. y Brian, Q. (1993) Define estrategia “es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”

Consideraba que una estrategia bien formulada ayuda a poner en orden y asignar, tomando en cuenta sus atributos y deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación factible y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las posibles acciones de la competencia en el mercado.

En comparación a esta definición, se relación la gráfica 13 en donde los empresarios debido a la falta de orientación mercadológica no tenían idea de cómo implementar planeaciones estratégicas en sus empresas, por lo que el 93% de ellos opinaron de manera negativa indicando que no conocen este instrumento. Solo el 7% de estas dice conocer algunas planeaciones que incluso han implementado.

Mediante la investigación de campo y de la obtención de resultados de la encuesta mostrada en las gráficas, se da a conocer, la falta de conocimiento de los empresarios acerca de la Planeación Estratégica. Después de haber explicado el tema el total de los encuestados mostraron interés.

Gracias a esta pequeña orientación los ejecutivos de las PyMES de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, se pretenden recibir una capacitación para poder tener un conocimiento más amplio acerca de la Planeación Estratégica y poder implementarla en su organización.

### 3.2 Hallazgos y análisis general

El objetivo principal es apoyar al pequeño empresario a tener un mayor conocimiento en cierta área de la administración, debido a que en la actualidad el ambiente en los negocios es cambiante y con frecuencia es necesario tener una actualización de conceptos enfocados en el aprovechamiento de oportunidades y desarrollo de las empresas.

Gracias a la investigación de campo se encontró que, por lo general las pequeñas y medianas empresas de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, realizan sus operaciones de forma empírica, por lo cual la toma de decisiones frecuentemente es tomada sin realizar un análisis de los factores internos y externos de la organización, y por consiguiente no hay un mayor aprovechamiento de las oportunidades de negocios.

Es así como se concluye que hay necesidad de una herramienta que sirva de apoyo en el crecimiento empresarial de estas organizaciones. Y para ello se determinó que la Planeación Estratégica puede ser el instrumento que cumpla con estas expectativas, gracias a que se tiene un conocimiento de todas las áreas que interfieren en el desarrollo comercial.

### 3.3 Conclusiones

1. La Planeación Estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones apoyarse en la toma de decisiones, además de ser pieza clave en el desarrollo de oportunidades de negocios, y en la formulación de estrategias, se hizo interesante para los empresarios de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén el implementar planeación estratégica para el crecimiento empresarial ya que la mayoría de los dueños de empresas no tenían conocimiento sobre este instrumento.
2. Se demostró que La Planeación Estratégica, es un instrumento fundamental en el crecimiento empresarial para las PyMES, en la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén. Debido a que ayudará a llevar un mejor control, y en el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades.
3. Gracias a esta investigación muchas empresas de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, están dispuestas a implementar la Planeación Estratégica. Lo cual traerá beneficios organizacionales y un desarrollo para la comunidad.
4. Considerando cada uno de los aspectos estudiados y la poca práctica de planeación de estrategias y su nula implementación en el gremio empresarial de la comunidad; las

empresas consideraron que es necesario que se apoye a cada una dando orientaciones mediante capacitaciones al personal administrativo, propietarios de empresas sobre la implementación adecuada de estrategias.



## Referencias

### Libros

1. Harold Koontz y Heinz Weihrich, (2007) Elementos de administración, un enfoque internacional, séptima edición, McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., A subsidiary of The McGraw-Hill Company Inc.
2. Harold Koontz, Heinz Weihrich, Mark Cannice (2008) Administración una perspectiva global y empresarial, décimo tercera edición, McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., A subsidiary of The McGraw-Hill Company Inc.
3. José Martínez (2007), Elaboración del Artículo Científico, paso a paso, Dinámica de la investigación, Primera Edición, Publicaciones AMC.
4. Mintzberg, H. y Brian, Q. (1993) El proceso estratégico, segunda edición, Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Nacaulpán de Juárez, México. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial, Reg. Núm.1524.

### Fuentes electrónicas

5. José Pacheco, (2017), Etapas del proceso de planificación estratégica, Heflo, Recuperado de <https://www.heflo.com/es/blog/planificacion-estrategica/etapas-proceso/>
6. Marianela Armijo (2009), Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público, Recuperado de [https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_estrategica](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica)
7. Wendy Bernal, (2017), Blog de Marketing Digital De Resultados, Recuperado de <https://www.rdstation.com/blog/es/planeacion-estrategica/>

### Revistas

8. Armijo, Marianela (2009). Planificación estratégica e indicadores en el desempeño público. Áreas de políticas presupuestarias y gestión pública, 01, 17-54.

## **Anexo**

## Anexos 1

### Anexo No. 1 Cuestionario para encuesta



## Universidad Panamericana

### FACTULDA DE CIENCIAS ECONÓMICAS

### LCIENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### Trabajo de graduación.

El presente cuestionario para propietarios o administradores de las PyMES de la comunidad del Naranjo, La Libertad, Petén, sobre la implementación de Planeación Estratégica para el crecimiento empresarial, en este estudio se pretende recabar información para fines educativos.

**Lugar:** El Naranjo, La Libertad; Petén

**Fecha:** 9 de febrero de 2019

**Encuestador:** Olga Maricela Chán Vicente

**Carné:** 201404335

**Instrucciones:** Por favor contestar cada una de las interrogantes que se presentan a continuación marcando con una (X) en el interior del (○), en la respuesta que usted considere más apropiada

1) ¿Su empresa cuenta con un programa de apoyo para el crecimiento empresarial?

Sí ○

No ○

2) ¿Cuántos años tiene su empresa desde su fundación?

5 años ○

10 años ○

15 años ○

20 años ○

3) ¿Conoce alguna empresa que contenga plasmada una misión y visión?

Sí

No

4) ¿Se ha puesto a analizar alguna vez las oportunidades y amenazas que enfrenta su empresa?

Sí

No

5) ¿Conoce usted los factores que impiden el crecimiento de su organización?

Sí

No

6) ¿Qué estrategias implementa actualmente para la atracción de clientes?

Perifoneo

Regalos promocionales

Publicidad en radio

Ninguna

7) ¿Ha observado que estrategias maneja su competencia para la atracción de clientes?

Sí

No

8) ¿Su empresa cuenta objetivos específicos que le marquen el camino a seguir para llevar a su empresa al éxito?

Sí

No

9) ¿Considera usted que es importante planificar para poder tomar decisiones adecuadas?

Sí

No

10) ¿Conoce usted las debilidades de su organización?

Sí

No

11) ¿Qué valores empresariales considera que deben ser más importantes?

---

---

---

---

12) ¿Sabía usted que hay herramientas con las que puede apoyarse para tener un mayor crecimiento empresarial?

Sí

No

13) ¿Ha escuchado de la planeaciones estratégicas?

Sí

No

14) ¿Considera que la planificación estratégica traería beneficios a su organización?

Sí

No

15) ¿Estaría dispuesto a implementar la planeación estratégica en su organización?

Sí

No