

La planeación estratégica y su incidencia en el bajo volumen de ventas en las microempresas artesanales en metalmecánica de la ciudad de Tulcán.

Nombre de la autora: VICKY JORYINA SALAZAR RODRÍGUEZ.
Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán-Ecuador
vicky.salazar@upec.edu.ec

Resumen

Tomando en cuenta el valor que tiene la microempresa en el Ecuador, y específicamente dentro de la ciudad de Tulcán, en el sector de metalmecánica, se consideró importante el estudio de “La planeación estratégica y su incidencia en el bajo volumen de ventas en las microempresas artesanales en metalmecánica de la ciudad de Tulcán”.

La Planificación Estratégica es el corazón del trabajo de una organización. Sin un marco estratégico no sabes a dónde ir o por qué quieres llegar allí. Por ello, tampoco importa por qué has llegado allí. (Shapiro, 2010, Descripción General. para 2).

La planificación estratégica, comprenden los "decisiones y acciones que determinan el rendimiento a largo plazo de la organización". (Robbins y Coulter, 2005, p. 180).

Carreto (2008) alude que investigaciones indican que organizaciones que utilizan conceptos de planeación estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no los usan. Generalmente las empresas que tienen altos rendimientos reflejan una orientación más estratégica y enfoque a largo plazo.

Por ello, la importancia de la planeación estratégica dentro de toda empresa, porque mediante su aplicación se establecen objetivos y metas en beneficio de la organización, denotándose en el aspecto financiero y organizacional.

En la investigación se determinó que las metalmecánicas de la ciudad de Tulcán no aplican planeación estratégica, reflejándose en el bajo volumen de ventas, deduciendo que con la aplicación de planeación estratégica incide en el volumen de ventas de toda empresa, siendo necesaria su aplicación para alcanzar mayor competitividad en el mercado.

Palabras claves: Planeación estratégica, volumen de ventas, estrategia.

Abstract

Taking into account the value of microenterprise in Ecuador and specifically within the city of Johannesburg, in the metalworking sector , Strategic planning and its impact on the low volume of sales in the craft of metalworking microenterprises was considered important " Tulcán city . "

Strategic Planning is the heart of the work of an organization. Without a strategic framework does not know where to go or what you want to get there. Therefore, it does not matter why you got there. (Shapiro, 2010 , Descripción General. para 2) .

Strategic planning, comprise the " decisions and actions that determine the long-term performance of the organization."(Robbins & Coulter , 2005, p . 180).

Carreto (2008) refers that research indicates that organizations using strategic planning concepts are more profitable and successful than those who do not use. Generally, companies that have high yields reflect a more strategic and long-term approach.

Therefore, the importance of strategic planning within the entire company because through their application objectives and targets set in beneficial organization , denoting in the financial and organizational aspects .

The investigation determined that the metalworking city Tulcán not apply strategic planning , reflected in the low volume of sales, concluding that the application of strategic planning affects the turnover of any company , its implementation still required to achieve greater competitiveness in the market.

Keywords: *Strategic planning, turnover, strategy.*

UCHILLAYACHISHKA

Ta rikurik minka wiñana pikuna llakta pak Tulcán pash tunu rikuyku yuyayrana shuk iyashka jatunco pron ta nikinakuy pak "Metalsur", pron yuyayrana shuk allichinakuy man llaki mushuk, pron riksina ta kikin pak llaki upiyasha pi ref ta jatun pak apana ta tukuri shuk pusha rura ta yuyakta se rurana upiyasha pi ref pron munani pakkuna ta nikinakuy pron iwka ushayachu.

Pron ta ranapak shuk pak iyashka jatunco pron ta nikinakuy Metalsur pakarina ta sapi pak llaki pi llakta pak Tulcán. Pron yapachina willanakuy pak shukniki maki rurana mashkana pak kusha pron rimanakuy wan pakari sapan shuk pak pron yuyaykukuna iwakakuna pak llaki, mishasha pak kay japina willanakuy pron ta ushakta pak ta yuyayrana.

Ta rikurik pak iyashka jatunco charina iñukuna jatunkuna iwka kana charina tukuy nikinakuy pron apana ta tukuri shuk pusha rura, tunu shuk alliyay pak allichinakuy man llaki iwka pron nikinakuy pak ta llakta pak Tulcán.

Shimikuna clave: yuyayrana shuk, allichinakuy, upiyasha.

1. Introducción.

La presente investigación titulada “La planeación estratégica y su incidencia en el bajo volumen de ventas microempresas artesanales de metalmecánica de la ciudad de Tulcán”, retrata un problema presente en las microempresas del Carchi, un limitando logro de los objetivos que impide su desarrollo. La principal ventaja de la planeación estratégica, se traduce en el crecimiento y bienestar a largo plazo, pero en el sector, metalmecánico de la ciudad de Tulcán, no se la adopta, por lo tanto es interesante prestar atención a dicha problemática.

La aplicación de planeación estratégica (PE), genera beneficios financieros y no financieros, permitiéndole a la empresa mejorar y ser exitosa, es por ello la importancia de este estudio.

El objetivo principal de esta investigación es conocer la incidencia de la planeación estratégica en el volumen de ventas, debido a que la deficiente aplicación de planeación estratégica genera un volumen de ventas moderado, restringiendo el crecimiento organizacional de las metalmecánicas.

El tipo de investigación utilizada para desarrollar este trabajo fue bibliográfica, con la finalidad de recolectar información sobre la planeación estratégica y las ventas, siendo estas identificadas como variables en la indagación y requiriendo de un entendimiento para su posterior análisis.

Se realizó un diagnóstico del sector estudiado, para definir la influencia que tiene la planeación estratégica en el volumen de ventas de las metalmecánicas; en donde se determinó que estas microempresas carecen de planeación estratégica, impidiéndoles beneficiarse de forma financiera y organizacional.

2. Materiales y Métodos.

La investigación es cualitativa, porque los indicadores necesarios para medir a las variables tienen un enfoque en el análisis de características y aspectos de la población, establecimiento de objetivos como una guía, descripción del problema y fundamentación del trabajo. La investigación también es cuantitativa ya que maneja datos numéricos en cuanto al procesamiento de datos, en la tabulación, y representaciones graficas de los resultados, para su respectivo análisis e interpretación.

La investigación bibliográfica permitió la utilización de fuentes bibliográficas para realizar consultas y análisis de documentos para la fundamentación, comprensión y entendimiento de la problemática estudiada. La investigación es de campo porque se la realizó con la finalidad de comprender una problemática detectada en la ciudad de Tulcán. Esta investigación es exploratoria porque se establece un objetivo general, que abarca el estudio de un tema específico. La investigación es explicativa ya que se planteó un problema y sus variables, se realizó el análisis de la información recabada, efectuando la interpretación de

los datos arrojados durante la indagación; finalmente el trabajo es de carácter propositivo porque a través de la investigación se desarrolló un modelo de Plan Estratégico para la microempresa artesanal Metalsur, el cual se fundamenta en una indagación permanente con la finalidad de dar una solución al problema planteado.

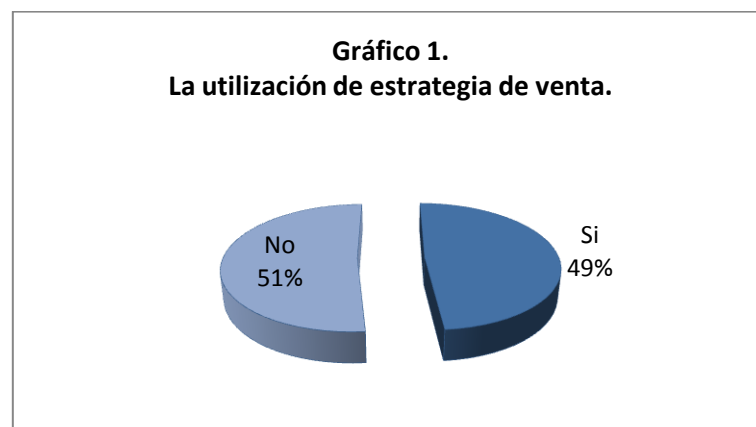
Para realizar la investigación de campo se diseñó una encuesta, la cual fue aplicada a los doce gerentes-propietarios de las metalmecánicas pertenecientes al Gremio de Artesanos de la ciudad de Tulcán. La investigación de campo se desarrolló en la ciudad de Tulcán. Se diseñó una encuesta dirigida a 230 personas que cuentan con el permiso de construcción según el registro del Municipio de la ciudad de Tulcán, considerando a estas personas como clientes de las metalmecánicas.

3. Resultados y discusión.

¿Según su opinión las microempresas de metalmecánica utilizan estrategias?

Tabla 1. Estrategias.		
ALTERNATIVA	fr	%
Si	113	49
No	117	51
TOTAL	230	100

*Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Vicky Salazar.*



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Vicky Salazar.

Los resultados demuestran que la mitad está de acuerdo con la utilización de estrategias, pero la otra parte no comparte esta opinión, lo cual permite mencionar esto se produce porque algunas microempresas lo realizan empíricamente y otras no.

Tabla No 2. Matriz de crecimiento de Mercado- Producto (Ansoff).

		PRODUCTO	
		Actual	Nuevo
MERCADO	Actual	Penetración de mercado	Desarrollo de producto
	Nuevo	Desarrollo de mercado	Diversificación

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Vicky Salazar.

La **Matriz de Ansoff** (Matriz Producto/Mercado o Vector de Crecimiento presentada), muestra cuatro opciones de crecimiento para las empresas formadas al confrontar los nuevos productos o servicios con los existentes frente a los mercados existentes y los nuevos mercados. (Fano, 2012).

El mercado de las metalmecánicas de la ciudad de Tulcán tiene característica de actual, debido a las necesidades de adquirir estos productos para la construcción, según la investigación de campo efectuada.

Así mismo los productos de estas empresas son actuales, por lo tanto, el sector de metalmecánica posee un mercado actual con productos actuales, ubicándose de esta manera en el primer cuadrante, indicando que se requiere de estrategias de penetración en el mercado, porque no existen productos nuevos, ni han expandido su mercado.

Con Penetración en el mercado “se persigue un mayor consumo de los productos actuales en los mercados actuales”. (Valdés, 2011).

Fano (2012) alude que con este enfoque, se está tratando de vender más de lo mismo a las mismas personas. Siendo necesario diseñar estrategias que les permita a estas empresas lograr la fidelidad de sus clientes e incrementar sus ventas.

Tabla No 3. Relación de las variables.

V V	P E	Dimensiones			Volumen de ventas mensual.
		Diagnóstico Situacional (micro y macro entorno).	Acciones administrativas.	Planeamiento estratégico.	
Metalsur					
Ingresos.	Según la encuesta, esta empresa no realiza un diagnóstico situacional, impidiéndole aprovechar los puntos fuertes y corregir los aspectos débiles e incidir en el incremento de los ingresos.	Con eficientes acciones administrativas los ingresos serían altos. Esta empresa no la aplica dichas acciones según los resultados de la encuesta.	El planeamiento estratégico no existe porque se carece de estrategias para mejorar los ingresos que en comparación con los competidores fuertes son bajos.	\$ 1500-2500.	
Metálicas Tulcán.					
Ingresos.	Esta empresa si realiza un diagnóstico situacional según la encuesta efectuada, lo cual incide en los ingresos obtenidos.	Las acciones emprendidas por esta empresa le han permitido obtener mayor reconocimiento en el mercado y por ende han incidido en los ingresos alcanzados.	Los ingresos altos que posee esta empresa se derivan del planeamiento estratégico que se ejerce dentro de esta empresa según la encuesta aplicada.	\$ 6000-6597.	
Metálicas Aguirre.					
Ingresos.	La encuesta evidenció que esta empresa si realiza un diagnóstico situacional, incidiendo en la cantidad de ingresos que posee.	Las acciones administrativas aplicadas, le permiten alcanzar los ingresos obtenidos por su actividad desarrollada, según la encuesta.	Los ingresos altos que obtiene esta empresa son debido al planeamiento estratégico que aplica la empresa para el logro de sus objetivos.	\$ 3800-5500.	
Metálicas Suárez.					
Ingresos.	La empresa no realiza diagnóstico situacional, según los resultados de la encuesta aplicada al gerente para mejorar sus ingresos.	Las acciones administrativas realizadas por esta empresa le permiten tener la cantidad de ingresos obtenidos.	El planeamiento estratégico es deficiente según la encuesta aplicada, generando ingresos bajos en comparación con los competidores principales de este sector.	\$ 2000-2800.	
<i>Fuente: investigación de campo- Encuesta a gerentes. Elaborado por: Vicky Salazar.</i>					

Para elaborar la tabla # 3, fue necesario tomar en cuenta a cuatro metalmecánicas, para analizar las variables y sus respectivas dimensiones, mostrando así la relación entre estas para comprender la problemática. Tomando en cuenta que, la planeación estratégica (PE) es la variable independiente, porque su buena gestión podría incidir en el volumen de ventas (VV), considerando a esta última como la variable dependiente.

En la tabla se puede evidenciar la ubicación de cada variable, en donde se analiza cada dimensión dependiendo de la realidad de cada empresa, finalmente se encuentra una columna indicando el volumen de ventas de las metalmecánicas estudiadas.

La información presentada, es el resultado de la encuesta realizada a los gerentes de las metalmecánicas de la ciudad de Tulcán, haciendo énfasis a las principales empresas del sector estudiado.

En los resultados de la investigación se muestra que las metalmecánicas que presentan un mayor volumen de ventas mensual, son aquellas que gestionan en las dimensiones de la planeación estratégica, mientras que aquellas que no gestionan en estos aspectos, presentan un volumen de ventas bajo.

Metálicas Tulcán y Metálicas Aguirre, son las más fuertes es este mercado por el volumen de ventas alcanzado, presentado por un valor alto en ventas en comparación a las demás metalmecánicas.

Metalsur y Metálicas Suárez presentan una situación similar a las ocho metalmecánicas restantes dentro de este mercado, en este caso el volumen de ventas es bajo, porque este, sólo les permite permanecer en el mercado, pero no les permite crecer organizacionalmente, debido a la deficiente planeación estratégica, en busca de mayor competitividad.

4. Conclusiones

- ❖ Las microempresas artesanales de metalmecánica de la ciudad de Tulcán no realizan un diagnóstico situacional, porque estas empresas no efectúan un análisis del micro y macro entorno.
- ❖ Las metalmecánicas no ejercen acciones administrativas dentro de sus organizaciones, reflejándose en el volumen de ventas obtenido, impidiéndoles alcanzar mayor competitividad en este mercado.
- ❖ Dentro de las metalmecánicas no se aplican estrategias, deduciendo la carencia de planeación estratégica, porque estas empresas no adoptan ningún tipo de estrategia dependiendo para generar una ventaja competitiva.
- ❖ El volumen de ventas de las microempresas de metalmecánica depende de la aplicación de planeación estratégica, bajo términos de ceteris paribus derivada de una adecuada administración. Se pudo evidenciar que aquellas empresas que cuentan con PE, son más fuertes en el mercado que aquellas que no lo hacen, siendo el caso de Metálicas Tulcán, frente a las demás.

5. Recomendaciones.

- ❖ Las metalmecánicas de la ciudad de Tulcán deben realizar un diagnóstico situacional que les permita conocer cómo está cada la empresa, en busca de corregir los puntos débiles y aprovechar los puntos fuertes, porque estas empresas desconocen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, impidiéndoles tener un panorama de su situación actual.
- ❖ Dentro de las metalmecánicas se deben llevar a cabo acciones administrativas de lo contrario la administración sería empírica, impidiéndoles desarrollar una eficiente administración y ser más competitivas, porque actualmente las metalmecánicas permanecen en el mercado sin ningún objetivo planteado y con total desorganización.
- ❖ El planteamiento de estrategias debe ser primordial para las metalmecánicas, porque en la actualidad no las aplican, generando una deficiente planeación estratégica, impidiéndoles ser exitosas en el mercado, mediante la aplicación de acciones determinadas para alcanzar los objetivos planteados.

❖ Las metalmecánicas deben aplicar planeación estratégica, porque en la actualidad carecen de ella, reflejándose en el volumen de ventas bajo, siendo el resultado de la deficiente planeación estratégica dentro de la empresa, obstaculizando el crecimiento organizacional.

6. Bibliografía.

Armijos, E., & Armijos, A. (2009). *Guía para la elaboración de proyectos de investigación*.

Baptista, L., Fernández, C., & Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Cárdenas, J. (2011). *Métodos y técnicas de estudio*. Quito: Universitaria.

Carreto, J., (12 Agosto de 2008). Planeación estratégica.blogspot.com. Recuperado el 21 Diciembre 2013, de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/beneficios-de-la-planeacin-estrategica.html>.

Coulter, M., & Robbins, S. (2005). *Administración*. México: Pearson Education.

Fano, F. (22 de Junio de 2012). *mejoracompetitiva.es*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de <http://www.mejoracompetitiva.es/2012/06/resucitando-a-igor-ansoff-tres-claves-para-decidir-como-innovar/11/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Shapiro, J. (2010). *www.civicus.org*. Recuperado el Miercoles de Noviembre de 2011, de www.civicus.org: www.civicus.org

Valdés, N. (1 de Febrero de 2011). *webs.ono.com*. Recuperado el 5 de Febrero de 2014, de [webs.ono.com](http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrmatrizdeansoff.htm): <http://webs.ono.com/nachovaldes/lbrmatrizdeansoff.htm>

Veintimilla, H. (18 de Mayo de 2005). *www.monografias.com*. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de www.monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos21/metodo-cientifico/metodo-cientifico.shtml>

Viloria, E. (5 de Febrero de 2009). *monografias.com*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2013, de [monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos66/que-es-organizacion/que-es-organizacion3.shtml>

Zorrilla, S. (2007). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Océano.