

LA PLANEACIÓN COMO CIMIENTO DE UNA EMPRESA

Jessica Isabel Rodríguez Martínez, José Antonio Hernández Contreras, Rosa Judith Villanueva Ayala, Betsaida Fabián Sánchez, Liliana Juan Hernández, Karla Fernanda Ruiz Gómez y Hugo Paul Severiano Regules

Universidad del Papaloapan, Tuxtepec Oaxaca. jrodriguez@unpa.edu.mx

RESUMEN

En México muchas de las empresas que existen están catalogadas como pequeñas empresas, ellas generan un gran número de empleos, aunque casi siempre tienen menos de 10 trabajadores; sin embargo, existe un lado preocupante, ya que gran parte de estas empresas desaparece antes de llegar a dos años. La planeación es el elemento que permite establecer escenarios futuros para determinar el rumbo de una empresa, a través de la utilización de técnicas y procedimientos definidos que permitan establecer estrategias para minimizar riesgos.

El objetivo del trabajo fue determinar en qué medida se utiliza la planeación dentro de las cafeterías de la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca. Se aplicó una entrevista a los dueños-encargados de tres cafés de la ciudad. La entrevista fue audiograbada y se transcribió para identificar las frases significativas y establecer categorías que englobaran las respuestas. El estudio fue de tipo cualitativo. El 100% de los empresarios entrevistados mencionaron no contar con conocimientos sobre planeación o administración y que al iniciaron sus negocios se centraron en encontrar clientes (60%), contratar personal (20%) y realizar publicidad para dar a conocer el negocio (20%); cabe destacar que todos los entrevistados tienen metas establecidas y las dan a conocer a los empleados mediante reuniones (66.66%), entre las metas se destaca la idea de crecer y/o expandir el negocio (66.66%). Cada empresa realiza la planeación de forma diferente, pues depende de los ideales y la conveniencia para la persona a cargo, quién la mayor parte de las veces es el dueño, pero no se observó que se le dé la importancia debida a planear y establecer planes, pues, aunque sí se establecen metas no se establecen las estrategias para cumplirlas y esa es una de las razones principales del fracaso de muchas pequeñas empresas.

INTRODUCCIÓN

La administración es una actividad propia de los humanos, todos la practicamos, independientemente de cuál sea nuestra condición de educación escolarizada. Cada una de las personas es un administrador con resultados favorables o desfavorables de su práctica administrativa y no necesariamente habría que estudiar la teoría administrativa para ser un prominente administrador (Torres, 2014).

En la actualidad, la administración se presenta como un área del conocimiento humano repleta de complejidades y desafíos. El profesional que utiliza la administración como medio para vivir puede trabajar en los niveles más variados de una organización: desde el nivel jerárquico de la supervisión elemental hasta la dirección general.

Es por ello que su vuelve indispensable aplicar de manera adecuada la administración, y una de las mejores formas es seguir las etapas del proceso administrativo, esencialmente cuando se trata de su primera etapa, la planeación, pues esta se encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño organizacional y decide sobre los recursos y tareas necesarios para alcanzarlos de manera adecuada (Munch, 2007).

MARCO TEÓRICO

La administración es el proceso de tomar decisiones sobre objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones, llamadas también procesos o funciones: planeación, organización, liderazgo, dirección y control (Amaru, 2009).

En cada nivel y en cada especialidad de la Administración, las situaciones son diferentes. Además, las organizaciones son diferentes. No existen dos organizaciones iguales, así como no existen dos personas idénticas; cada una tiene sus objetivos, su campo de actividad, sus directivos y su personal, sus problemas internos y externos, su mercado, su situación financiera su tecnología, sus recursos básicos, su ideología y su política de negocios, etcétera (Chiavenato, 2006).

Debido a esto la administración es indispensable para el funcionamiento de cualquier empresa o grupo social, y lógicamente es imprescindible para lograr la competitividad en un mundo globalizado. A través de las técnicas administrativas se simplifica el trabajo y se establecen principios, métodos y procedimientos para lograr mayor productividad y eficiencia (Münch, 2007).

El proceso administrativo es una metodología fundamental para la aplicación de la administración. Independientemente de que ésta forme parte de la escuela del proceso administrativo, es una herramienta indispensable en torno a la cual se pueden aplicar los demás enfoques o escuelas administrativas; su importancia es similar a la de las operaciones básicas de aritmética; sin éstas no es posible realizar otras operaciones matemáticas. Igualmente, las etapas del proceso administrativo son básicas para aplicar cualquier estilo o escuela de administración.

Antes de iniciar cualquier acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar el grupo social, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente. Esto sólo se puede lograr a través de la planeación. Carecer de estos fundamentos implica graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y de recursos, y una administración por demás fortuita e improvisada.

Por estas razones es que la planeación precede a las demás etapas del proceso administrativo, ya que planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro. La planeación establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. La eficiencia en la ejecución depende en gran parte de una adecuada planeación, y los buenos resultados no se logran por sí mismos, algunos autores definen la planeación de la siguiente forma: La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización (Reyes Ponce, citado en Chiavenato, 20016); otra definición es la menciona que la planeación es la determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y el de los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos (Ernest Dale, citado en Chiavenato, 20016) o también se dice que la planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas (Fernández Arenas, citado en Chiavenato, 20016).

Hoy en día una gran parte fracasan por falta de planeación y la planeación puede ayudar a orientar a una empresa ya que estas pueden ser el cimiento de su futuro; según Münch (2007), "la determinación de escenarios futuros y del rumbo hacia donde se dirige la empresa, y de los resultados que se pretenden obtener para minimizar riesgos y definir las estrategias para lograr el propósito de la organización con una mayor probabilidad de éxito."

METODOLOGÍA




El objetivo del trabajo fue determinar en qué medida se utiliza la planeación dentro de las cafeterías de la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca. Se aplicó una entrevista a los dueños-encargados de tres cafés de la ciudad.

Para éste trabajo se aplicó un entrevista con un total de 58 preguntas, las cuales están divididos por secciones en donde se encuentran los siguientes apartados: con 7 preguntas en datos sociodemográficos, 3 preguntas de motivación, 14 preguntas de planeación, 12 preguntas de organización, 7 preguntas de dirección, 7 preguntas de control, 13 preguntas de análisis de la empresa y del entorno, 2 preguntas de general y anecdótico. Sin embargo en el trabajo solo se presentan los resultados obtenidos de la etapa de planeación, motivación y datos sociodemográficos. Para llevar a cabo el estudio primeramente se localizaron todos los negocios de cafetería que existen en Tuxtepec, posteriormente con base a la experiencia, se eligieron tres negocios muy conocidos en este ámbito. Una vez seleccionados se contactó al encargado de cada uno de los establecimientos, explicándoles en qué consistía la entrevista, después se acordó una fecha para realizar la entrevista, las cuales fueron videograbadas y luego se transcribieron.

Se identificaron frases significativas de las respuestas proporcionadas por los encargados de los negocios y se crearon categorías; posteriormente se realizó un análisis de distribución de frecuencias.

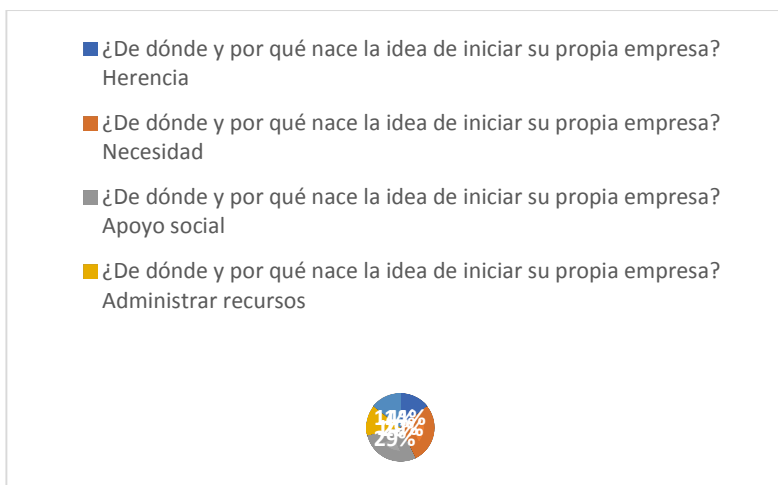
Participaron los encargados de tres cafeterías, cuyo tiempo de operación va desde los nueve meses a los 16 años (Tabla 1).

Tabla 1. Datos sociodemográficos de los participantes

CAFÉ	DESCRIPCIÓN
 <p>La Chinantla</p>	La Chinantla es una empresa de café en donde, la cual lleva operando nueve meses y ofrecen productos de cafetería de la región café de valle, galletas de Ojiltlán, pan de Usila, manejamos también producto de Oaxaca, Chocolate, café de olla; y de cafetería Frappés, Tes, Capuchino, cafés, etc.
 <p>Allende</p>	Este café lleva operando dos años y los productos que ofrecen son cafés, que es americano, expresó, capuchinos, desayunos, comidas y otras cosas, cocina que es donde se preparan las comidas los desayunos y en esa misma área esta las áreas de fríos que es donde están las bebidas frías que son los frappés y esas cosas, aquí la computadora, la caja y de calientes que se ocupa de hacer capuccinos, cafés americanos y todo lo que lleva caliente.
 <p>Kaldi</p>	El café kaldi inicio en el año 2003, Brinda atención al cliente, servimos bebidas con base de café es nuestro principal producto aparte de otras bebidas que no contienen café, también servimos bebidas calientes y alimentos.

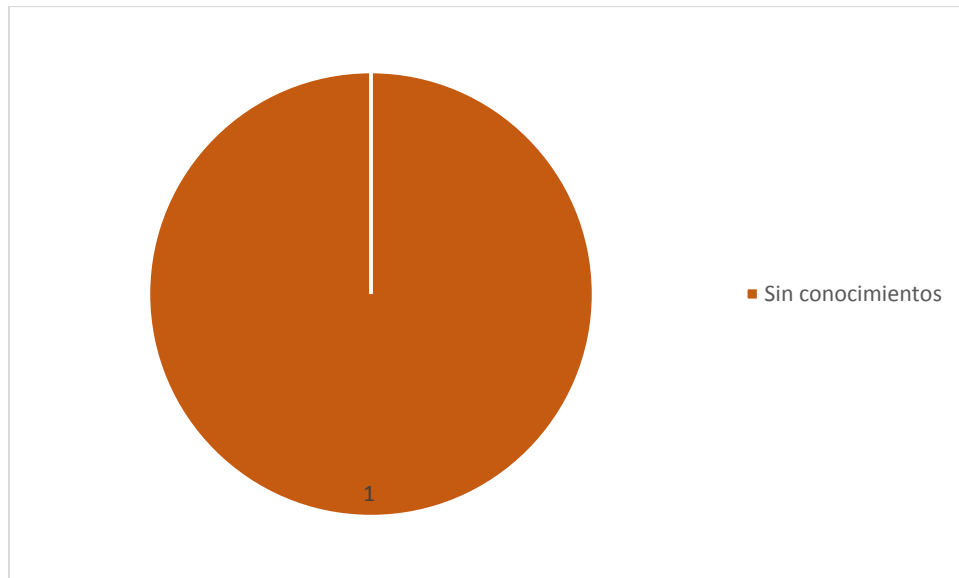
RESULTADOS

Se encontró que al analizar la razón o idea de iniciar un negocio propio el 29% respondió que, por necesidad y apoyo social, y el 14% por herencia, administrar recursos y proyectos (Gráfica 1), mientras que las fuentes de ingresos que lo permitieron en todos los casos fue por préstamos bancarios.



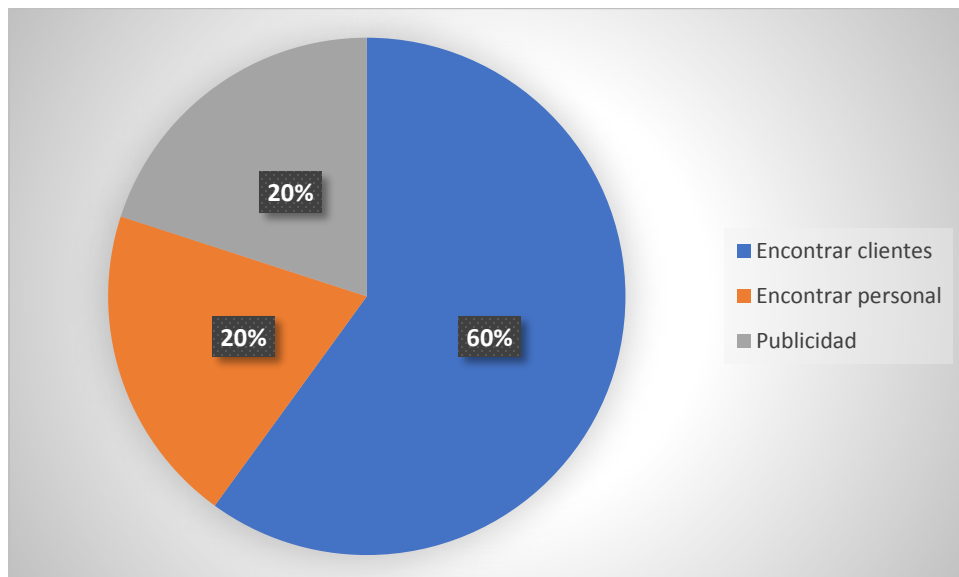
Gráfica 1 Ideas de negocios

A los entrevistados se les preguntó también la forma en la que administran el dinero que se obtiene de las ganancias, a lo los encargados de las MiPymes respondieron con un 100% que administraban Mediante un control rudimentario, ya que no tienen conocimientos sobre administración ni planeación, así como tampoco identifican ninguna herramienta administrativa y mencionan que todo lo que han hecho para manejar su empresa ha sido din tener ningún conocimiento previo (Gráfica 2).



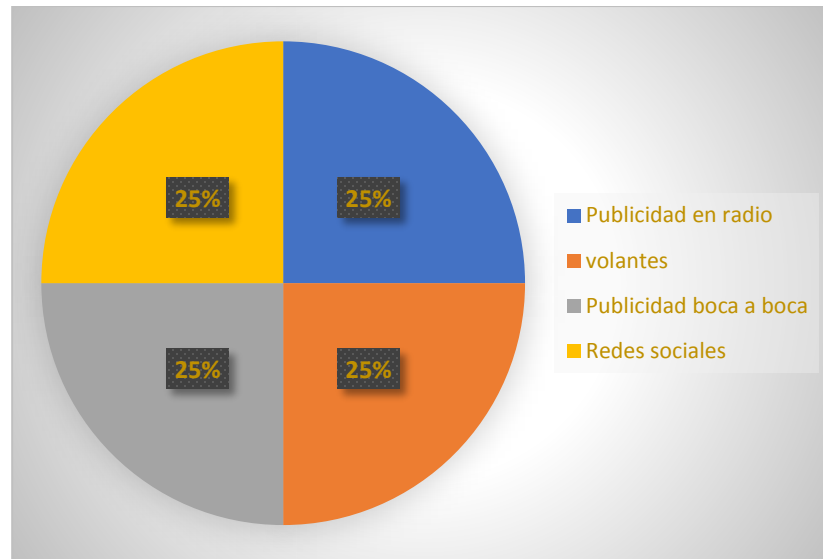
Gráfica 2 Herramientas Administrativas

En lo que se refiere a la pregunta sobre las principales dificultades que se presentaron cuando iniciaron con su negocio, el 60% de las personas entrevistadas nos respondió que su principal dificultad fue encontrar clientes, el 20% encontrar personal y publicidad cuando recién iniciaron su negocio (Gráfica 3).



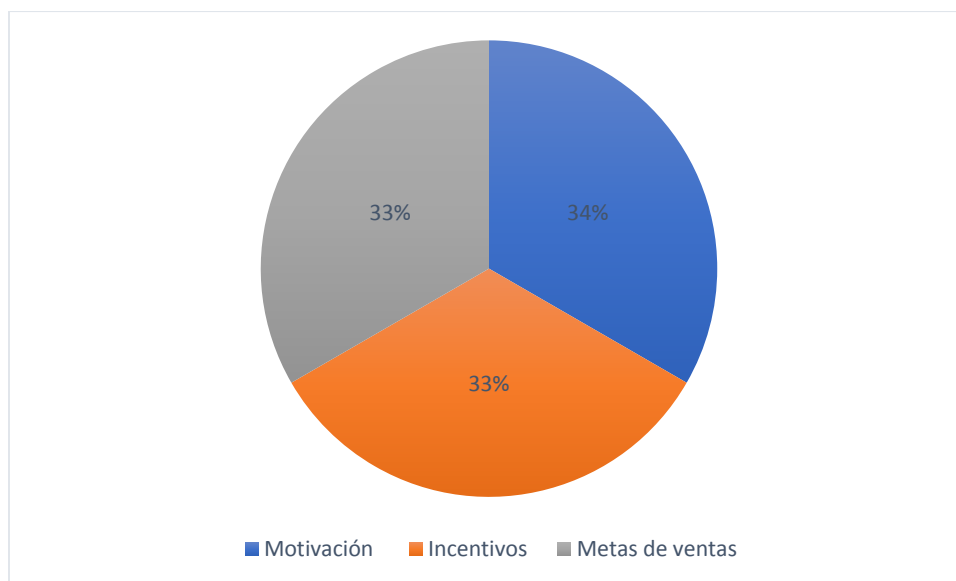
Gráfica 3 Dificultades para crear un negocio

Mientras que en cuanto a las estrategias para iniciar con la empresa se destacaron como respuestas principales el uso de publicidad en radio, volantes, publicidad boca a boca y redes sociales con 25% cada una (Gráfica 4).



Gráfica 4 Estrategias para iniciar una empresa

En cuanto a la forma de realizar la planeación de la empresa todos los entrevistados mencionaron que solo planean repartiendo horarios, pues no conocen otra forma de hacerlo. Mientras que cuando se preguntó en cómo se dirige el rumbo de la empresa el 34% de los entrevistados mencionó que mediante la motivación de los empleados, el 33% respondió que mediante la otorgación de incentivos y el 33% que mediante el establecimiento de metas de ventas (Gráfica 5).



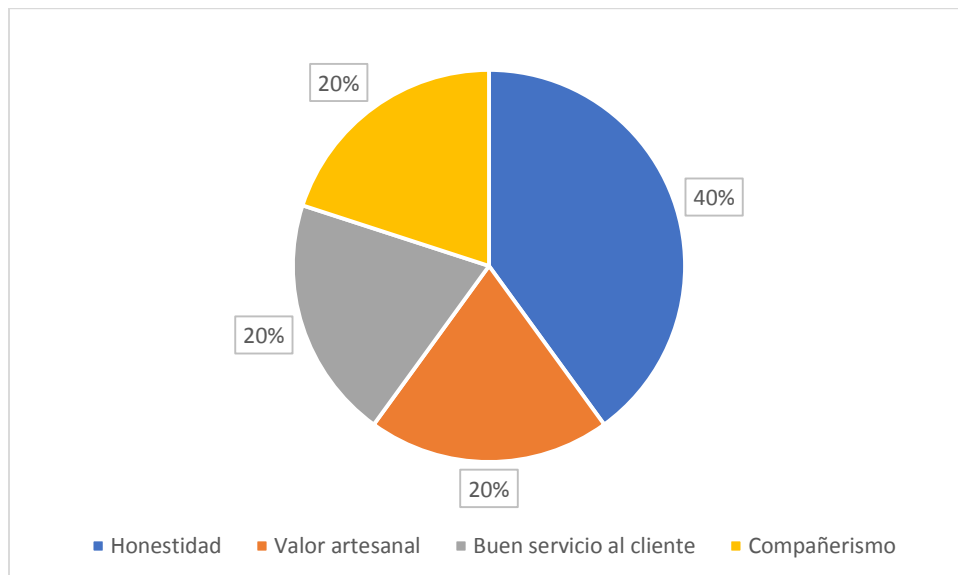
Gráfica 5 Como se dirige el rumbo de la empresa

Los entrevistados mencionaron que la forma en la que establecen sus metas es en base a las metas, es decir, para ellos todas las metas están relacionadas con las ventas (Gráfica 6). Y estas metas se dan a conocer, en todos los casos, mediante reuniones a las que se cita al personal.



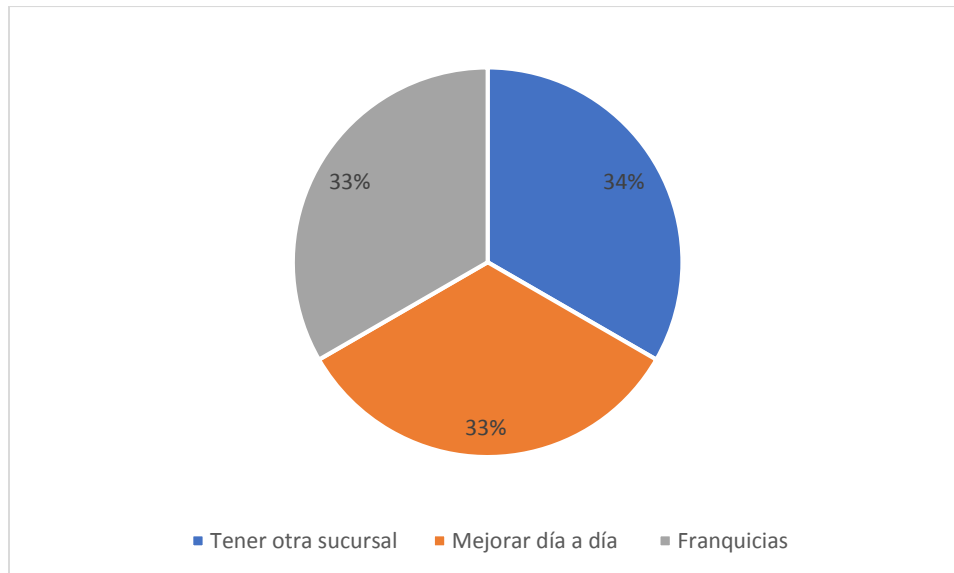
Gráfica 6 Establecimiento de Metas

Los valores básicos que caracterizan el modo de trabajar de la empresa son variados, pues los entrevistados ofrecieron varias respuestas, el 40% mencionó que el principal valor es la honestidad, el 20% dijo que era el valor artesanal del producto, así como el buen servicio al cliente y el compañerismo, ambos con 20% también (Gráfica 7).

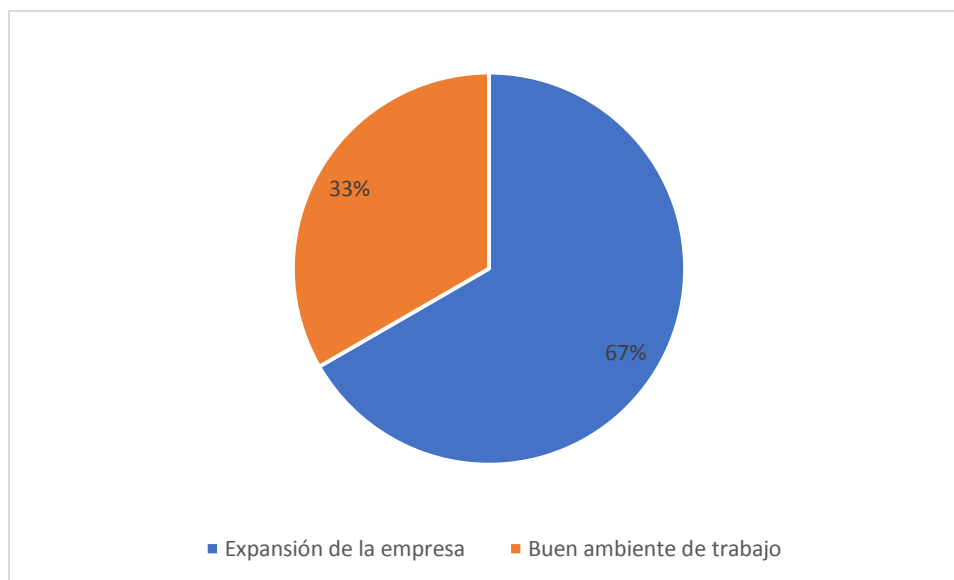


Gráfica 7 Valores en la forma de trabajar en una empresa

Como expectativas para dentro de un año el 33% mencionó el tener nuevas franquicias, así como otros mejorar cada día, y tener otra sucursal (Gráfica 8). Mientras que las metas para dentro de tres años fueron 67% tener un buen ambiente de trabajo (63%) y expandir su empresa (37%) Gráfica 9.



Gráfica 8 Expectativas dentro de un año



Gráfica 9 Metas dentro de tres años

CONCLUSIONES

Como se muestran en las gráficas anteriores la planeación dentro de una empresa no está bien definida, las personas que nos respondieron en las entrevistas no tenían ni la menor idea de cómo funciona su empresa y en algunos casos respondieron muy poco porque sus conocimientos eran muy escasos acerca del tema, la mayoría de las personas piensan que las cosas salen mejor sin planearlos, como se ha venido diciendo en el marco conceptual, la planeación consiste en tener un escenario futuro de lo que se quiere hacer, pero si no se define bien esta etapa, las demás etapas no funcionarían muy bien, ya que se puede decir que la etapa de planeación es un cimiento de una empresa, es como si construyéramos una casa, si la base de esta casa no está bien construida con tan solo un temblor esta podría venirse abajo, en resumen la etapa de planeación se debe tomar en

cuenta para poder definir a donde queremos llegar y si nos presenta algún problema como lo podíamos solucionar.

BIBLIOGRAFÍA

1. Amaru, A. (2009). Fundamentos de la Administración; Teoría general y proceso administrativo. México: Pearson Educación.
2. Chiavenato, I. (2006). Introducción A La Teoría General De La Administración. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
3. Encuesta Nacional Sobre Productividad y Competitividad De Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. (2015). Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf
4. Munch Galindo, L. (2007). Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor. México: Pearson Educación.
5. Secretaria de Economía. (2010). Asesoría Financiera PyME. Recuperado de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario>.
6. Torres, Z. (2010). Teoría general de la administración. México: Grupo Editorial Patria.