



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACION

**ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS
PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA “A.M INVERSIONES
INMOBILIARIAS” DEL ESTADO BARINAS, MUNICIPIO BARINAS 2022-2023**

Trabajo de Grado Presentado como requisito para optar al Título de Licenciado en
Administración

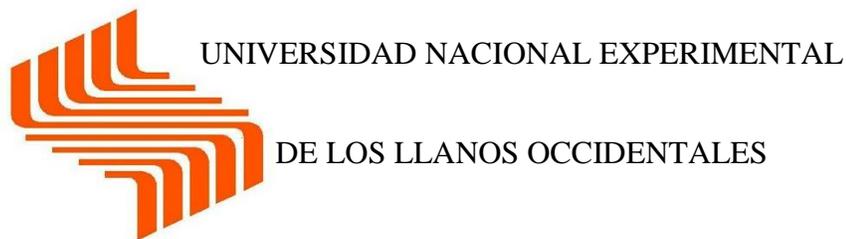
Autores:

Meza U. Leticia, CI: 28.388.314

Ríos T. Manuel A, CI: 28.295.615

Tutor: Prof. José Flores Hurtado.

Barinas, Julio de 2023



VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACION

**ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS
PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA “A.M INVERSIONES
INMOBILIARIAS” DEL ESTADO BARINAS, MUNICIPIO BARINAS**

Trabajo de Aplicación Presentado como requisito para optar al Título de Licenciado en
Administración

Autores:

Meza U. Leticia, CI: 28.388.314

Ríos T. Manuel A, CI: 28.295.615

Tutor: Prof. José Flores Hurtado.

Barinas, Julio de 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"
VICERECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

ACTA DE EVALUACIÓN FINAL TRABAJO DE APLICACIÓN

Nosotros, los abajo firmantes, constituidos como Jurado Evaluador, hoy, veintiséis (26) de Julio del año 2023, reunidos en el Pabellón 8, Aula B-04, se dio inicio al acto de presentación oral y pública del Trabajo de Aplicación Titulado: **"ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA "AM INVERSIONES INMOBILIARIAS", MUNICIPIO BARINAS, EDO. BARINAS 2022-2023."** Presentado por los Bachilleres: Meza Uzcátegui Leticia C.I. V - 28.388.314 y Ríos Tovar Manuel C. I. V - 28.295.615.

A los fines de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de Licenciado (a) en Administración. Concluida la presentación oral y el ciclo de preguntas, de acuerdo con lo establecido en las Normas para la Elaboración y Presentación del Trabajo de Aplicación, este Jurado otorga la siguiente calificación:

Apellidos y Nombres	C.I. N°	30% (Prof. Aula)	50% (Inf. Esc.)	20% (Pres. Oral)	100% TOTAL	CAL DEF (1-5)
Meza Uzcátegui Leticia	28.388.314	28	50	20	98	4,92
Ríos Tovar Manuel	28.295.615	28	50	18	96	4,84

Se emite la presente acta según Resolución de Comisión Asesora Nro. CAPCSyE/009/2023, Acta N° 009, Punto N° 23, de fecha 18/07/2023 y queda asentada en el Subprograma Administración a los veintiséis (26) días del mes de Julio de 2023.

Observaciones _____

Miembro	Apellidos y Nombres	C.I. N°	Firma
Tutor (a)	Flores H. José	3768048	<i>[Firma]</i>
Jurado Principal	Méndez, Mirla	14549600	<i>[Firma]</i>
Jurado Principal	Rodriguez José	9990216	<i>[Firma]</i>



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

Aprobación del Tutor

Yo, José Flores Hurtado titular de la cédula de identidad N° 3.768.048, en mi carácter de tutor del trabajo de Aplicación, titulado **“Estrategias para la Reactivación y el Fortalecimiento de los Procesos Administrativos de la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” del Municipio Barinas, Estado Barinas”**, presentado por los bachilleres Meza U., Leticia CI:28388314 , Rios T., Manuel A. CI: 28295615 para optar al título de **Licenciados en Administración**, por medio de la presente certifico que he leído el trabajo y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado asignado para tal efecto.

Así mismo me comprometo como tutor. A estar presente en la defensa del trabajo de aplicación, en la fecha, hora y lugar que se establezca para tal fin.

En la Ciudad de Barinas, a los 21 días del mes de julio de 2023.

Datos del tutor

Teléfono: 0414-5687396

E-Mail: jafloreshurtado@gmail.com

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jafloreshurtado', with a long horizontal flourish extending to the right.

Prof. José, Flores Hurtado.

CI: 3.768.048



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS
SUBPROGRAMA ADMINISTRACIÓN

Constancia de Ejecución del Trabajo de Aplicación

Yo, Hugo Alberto Meza titular de la cédula de identidad N° 4.925.701 en mi condición de Gerente de la empresa “AM Inversiones Inmobiliarias”, hago constar por medio de la presente que los bachilleres: **Meza U., Leticia**, C.I. N° 28.388.314 y **Ríos T., Manuel A.** autores del Trabajo de Aplicación titulado **“ESTRATEGIAS PARA LA REACTIVACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LA EMPRESA “A.M INVERSIONES INMOBILIARIAS” DEL MUNICIPIO BARINAS, ESTADO BARINAS”**; siendo el tutor Prof. **José Flores Hurtado**. C.I. N°3.768.048, para optar al título de Licenciados en Administración que otorga la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, certifico que los estudiantes antes mencionados realizaron su Trabajo de Aplicación en esta empresa.

En Barinas, a los dieciocho días del mes de julio de dos mil veintitrés.

Firma y sello de la empresa



Dedicatoria

A Dios todo poderoso, que me brinda aliento y seguridad en mis acciones diarias de mi vida, brindado la esperanza para seguir luchando y poder avanzar en mis metas y propósitos que tengo por delante.

A nuestros padres, por el amor y el apoyo incondicional que nos dieron porque son las personas que han sido motivo de superación, que gracias a sus esfuerzos, hoy podemos alcanzar una de las metas deseadas.

A la ilustre Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” por haber sido cuna de formación profesional

Y a nosotros mismos por hacer el esfuerzo de cumplir nuestras metas.

Agradecimiento

Agradecemos primeramente a DIOS, por la vida que nos ha concedido, es realmente una bendición saber que nos ama y cuida cada día de nuestras vidas sin Él nada somos con Él todo lo tenemos, como dice la escritura en Filipenses 4:13 Todo lo podemos en Cristo que nos fortalece. Porque en Dios todo es Posible en ti, nuestro Dios, estamos infinitamente agradecidos.

A todos nuestros familiares, en especial a nuestros padres por confiar en nosotros y estar siempre dispuestos a brindarnos su ayuda y colaboración.

A la prestigiosa Casa de estudios, Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, por concedernos las herramientas básicas en la construcción de nuestra carrera como Licenciados en Administración.

A nuestro tutor, Prof. José Flores Hurtado por orientarnos en la realización del presente trabajo; donde nos brindó la oportunidad aprender y formarnos en la carrera.

A todos los profesores, que contribuyeron en nuestra formación y fueron pilares fundamentales para alcanzar la preparación académica que hoy tenemos.

A nuestros compañeros de carrera que nos brindaron su solidaridad y ayuda. En especial a nuestros amigos José Ignacio Barreto y Luis Vieira.

Que Dios los llene de bendiciones.

A todos, muchas gracias.

Índice

CAPITULOS	p.p
Resumen.....	15
Introducción.....	16
Capítulo I El problema	
Planteamiento y formulación del problema.....	18
Objetivos de la Investigación.....	23
Objetivos Específicos.....	23
Justificación de la Investigación.....	23
Alcance y Delimitación.....	25
Capítulo II Marco Teórico o referencial	
Antecedentes de la Investigación.....	26
Antecedentes Históricos de la Empresa.....	28
Bases Teóricas.....	30
Planificación.....	30
Estrategia.....	31

Planificación Estratégica.....	31
Administración Estratégica.....	32
Matriz FODA.....	36
Mapa Estratégico.....	37
El Mercado Inmobiliario.....	37
Componentes del mercado inmobiliario.....	38
Bases legales.....	38
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 2009.....	38
Código Civil de Venezuela.....	39
Código de Comercio (1995).....	41
Ley del Arrendamiento Inmobiliario.....	42
Ley de Regulación del Uso del Arrendamiento Inmobiliario Comercial.....	43
Definición de términos.....	44
Sistema de variables.....	44
Operacionalización de las variables.....	45

Capítulo III Marco Metodológico

Tipo de investigación	47
Diseño de Investigación.....	48
Población y muestra.....	49
Técnica e instrumento de recolección de datos.....	50
Validez y confiabilidad del instrumento.....	50
Técnicas de análisis de información.....	52

Capítulo IV Análisis e Interpretación de los Resultados

Análisis e Interpretación de los Resultados.....	54
--	----

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones.....	77
Recomendaciones.....	77

Capítulo VI La Propuesta

La Propuesta.....	82
Plan de Acción.....	85
Administración de la Propuesta.....	88

Referencias.....	90
Anexos.....	90

Lista de cuadros		p.p
1.	Operacionalización de las variables.....	45
2.	Conocimiento de la visión de la empresa.....	55
3.	Conocimiento de la misión de la empresa.....	56
4.	Planificación operativa.....	57
5.	Planes estructurados.....	58
6.	Estrategias para el desarrollo de la empresa.....	59
7.	Organigrama empresarial.....	60
8.	Manual para la realización de actividades.....	61
9.	Distribución adecuada de las responsabilidades entre los miembros del equipo.....	62
10.	Funciones de la empresa.....	63
11.	Actividades de capacitación.....	64
12.	Normas preestablecidas por la empresa.....	65
13.	Seguimiento de normas.....	66
14.	Motivación.....	67

15.	Aportes y receptividad.....	68
16.	Sistemas de medición de desempeño.....	69
17.	Supervisión en las actividades.....	70
18.	Medidas correctivas.....	71
19.	Auto superación.....	72
20.	Matriz Foda.....	76
21.	Plan de Actividades.....	83

	Lista de Gráficos	p.p
1.	Conocimiento de la visión de la empresa.....	55
2.	Conocimiento de la misión de la empresa.....	56
3.	Planificación operativa.....	57
4.	Planes estructurados.....	58
5	Estrategias para el desarrollo de la empresa.....	59
6.	Organigrama empresarial.....	60
7.	Manual para la realización de actividades.....	61
8.	Distribución adecuada de las responsabilidades entre los miembros del equipo.....	62
9.	Funciones de la empresa.....	63
10	Actividades de capacitación.....	64
11	Normas preestablecidas por la empresa.....	65
12.	Seguimiento de normas	66
13.	Motivación.....	67
14.	Aportes y receptividad.....	68

15.	Sistemas de medición de desempeño.....	69
16.	Supervisión en las actividades.....	70
17.	Medidas correctivas.....	71
18.	Auto superación.....	72

**Estrategias para la Reactivación y el Fortalecimiento de los Procesos Administrativos
de la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” del estado Barinas, Municipio**

Barinas

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general Diseñar Estrategias para la Reactivación y el Fortalecimiento de los Procesos Administrativos de la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” del Estado Barinas, Municipio Barinas, con el fin de fortalecer en la empresa la eficiencia en los procesos administrativos para garantizar su optimización y estabilidad de crecimiento sostenible y rentable para estabilizarse en el mercado inmobiliario. Metodológicamente la investigación se abordó bajo el Enfoque Cuantitativo, tipo Proyecto Factible, sustentada en una investigación Descriptiva, con un Diseño No experimental de Campo, la población y muestra la conformaron (5) individuos pertenecientes a la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” del estado Barinas. Para la recolección de los datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo conformado por 14 ítems con 5 alternativas de respuesta en la escala de Lickert, la validez fue determinada por el Juicio de Expertos, la confiabilidad fue comprobada mediante el método Alfa de Cronbach, se utilizó como técnica para el análisis de los datos la estadística descriptiva, cuyos resultados se presentaron en tablas y gráficos circulares con su respectivo análisis. Se obtuvo como resultado que el mercado inmobiliario está innovando y ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, se ve influenciado por factores internos y externos que afectan la demanda, la oferta y los precios de las propiedades, reflejando la falta de cumplimiento en sus procesos administrativos.

Palabras Clave: Estrategias, Fortalecimiento, Procesos Administrativos.

En el mundo empresarial actual, la competencia es cada vez más intensa y las empresas necesitan encontrar formas de mantenerse y ser competitivas en el mercado. La elaboración de estrategias es esencial para el éxito y la supervivencia de una organización en este entorno empresarial dinámico y desafiante. Las estrategias permiten a las empresas identificar oportunidades, enfrentar amenazas, aprovechar fortalezas y superar debilidades, y son fundamentales para lograr objetivos a largo plazo.

La elaboración de estrategias es un proceso continuo y complejo que implica la identificación de los objetivos de la organización, la evaluación de su entorno y el desarrollo de planes y tácticas para lograr dichos objetivos. La creación de estrategias efectivas requiere una comprensión profunda del mercado y la industria, así como de las fortalezas y debilidades internas de la empresa.

En este trabajo, se discuten algunas de las principales estrategias utilizadas por las empresas para lograr sus objetivos a largo plazo. Se utilizó la FODA como instrumento para la formulación de estrategias y se abordan temas como, la segmentación de mercado, la diferenciación de productos, la estrategia de precios y la expansión de mercado. Se presentan ejemplos de empresas que han implementado con éxito estas estrategias.

Además, se analizaron las principales tendencias y cambios en el entorno empresarial que están impactando la elaboración de estrategias en la actualidad, incluyendo la digitalización, la globalización y la sostenibilidad. Se discutieron las implicaciones de estas tendencias en la elaboración de estrategias y cómo las empresas pueden adaptarse para mantenerse competitivas.

En resumen, este trabajo tuvo como objetivo proporcionar una comprensión sólida de cómo las empresas pueden crear y ejecutar estrategias efectivas para el fortalecimiento de los procesos administrativos, alcanzar sus objetivos y enfrentar los desafíos del mercado. A través de la discusión de las principales estrategias, tendencias y desafíos actuales, se tuvo una visión general completa de la elaboración de estrategias y fueron preparados para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual.

Capítulo I: Comprende el planteamiento del problema, la formulación de objetivos, la justificación, los alcances y delimitaciones

Capítulo II: Donde se precisan las teorías, postulados y acciones que garanticen el logro de la investigación.

Capítulo III: Detalla cada uno de los aspectos concernientes a la metodología de investigación seleccionada según el tipo de investigación, así como también el procedimiento a seguir el cual responde al diseño adoptado.

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de Resultados. En esta fase son tabulados los datos derivados de la aplicación del instrumento, presentados con el uso de cuadros y gráficos para su respectivo análisis e interpretación.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones, a los cuales se llegan luego de todo el procedimiento investigativo. En el Capítulo VI se presenta la propuesta con toda su estructura.

Finalmente, un cuerpo de Referencias Bibliográficas que señala las obras e investigaciones consultadas para el desarrollo de la investigación y los anexos que sustentan la misma.

Capítulo I

El Problema

Planteamiento del problema:

A medida de que la sociedad avanza las ideas dentro de la comercialización emergente, han surgido para establecer los mecanismos necesarios en cuanto al nivel alcanzado por las empresas, en la actualidad los parámetros que establecen las diferencias en cuanto al nivel de ventas se pueden esclarecer tales mecanismos. Burbujas de precios, sobrecalentamiento, especulación, cambios políticos, tasas de interés, recuperación, entre otras variables, están impactando a los mercados de diversas empresas.

El mercado inmobiliario a nivel global en las últimas décadas ha experimentado temas de inflación la cual está alcanzando todos los países del mundo. La crisis económica global se genera a medida que se aumenta el precio en la industria alimentaria, con los países restringiendo las exportaciones debido a los costos de las importaciones petroleras.

Si bien existen variaciones regionales y sectoriales, los mercados inmobiliarios se destacan con bases positivas y sólidas. A pesar de que se ha perdido la confianza del consumidor existen contradicciones ya que también hay mucho optimismo de lo que se muestra en los indicadores ya que lo que dicen y hacen los consumidores puede ser diferente.

Martínez. (2003) Qué hay detrás del conflicto de Irak. “La ciencia económica, al tener como escenario fundamental de análisis la economía nacional, y al asumir la economía

mundial sólo como relaciones económicas entre países, está muy limitada para entender el funcionamiento de la economía mundial y de las economías nacionales.”

Fundamentalmente, las economías mundiales todavía están en modo de expansión incluso si el ritmo se está desacelerando. Los índices de gerentes de compras que registran la actividad de proveedores de servicios y fabrican, todavía están en territorio de crecimiento, aunque a un ritmo más lento a medida que se desvanecen los efectos de recuperación.

Se concluye que el mercado inmobiliario crece en variaciones y es poco probable que colapse debido a la gran demanda. En los mercados inmobiliarios, se señala que es poco probable que los precios de la vivienda caigan en picada, pero que el aumento de las tasas hipotecarias sea más difícil de soportar en algunos países que en otros. Sin embargo, las economías se encuentran en una mejor posición que en períodos anteriores de aumento de la inflación o de las tasas de interés, y los mercados inmobiliarios reflejan esto. “ The real estate market grows in variations and it is unlikely to collapse due to the great demand in the real estate markets” Revista Economist (2022, julio)

En América latina se ha proyectado una mejor perspectiva para el mercado inmobiliario a medida que la economía se ha fortalecido y se espera que mejore el entorno inmobiliario en un 5%. Este mercado está siendo impulsado por una mayor tasa de población, debido a la pandemia la digitalización del mercado inmobiliario. Ante el distanciamiento social, la búsqueda de inmuebles en plataformas virtuales creció, y empresas que actuaron con fuerza en internet y, al mismo tiempo, presionaron a desarrolladores e inmobiliarias a invertir rápidamente en tecnología para seguir esta transición del mundo físico al digital.

En 2020, la población total de América Latina era de aproximadamente 652,28 millones de habitantes. Creció En 2020, la población de América Latina aproximadamente un 0,9 por ciento en comparación con el año anterior. A medida que la población aumenta, muchas personas se mudan a las áreas urbanas en busca de una mejor educación y oportunidades laborales. Debido al aumento de la población urbana, existe un aumento en la demanda de propiedades residenciales en las áreas urbanas de América Latina. Pag. MordorIntelligence “Increase in Urbanization Boosting Demand for Residential Real Estate” pag. 3 par-2 (2022)

La cámara Inmobiliaria de Venezuela en el 2008 establece que el comportamiento del mercado inmobiliario, ha venido cayendo a través de los años por los altos precios de adquisición del inmobiliario los precios de los bienes y las solicitudes de créditos habitacionales en Venezuela son influenciados de manera significativa por la volatilidad de las tasas de interés.

Adicionalmente, se han aprobado ciertas leyes que pueden favorecer el crecimiento del sector. Por ejemplo, la Ley de Vivienda y Hábitat, modificación de la Ley de Política Habitacional, proyecto de Ley de preventa inmobiliaria del 2009, entre otras. En éstas se establecen las condiciones de acceso al mercado, las condiciones de crédito ofrecidas al sector construcción a través de los bancos, la naturaleza de los medios de producción involucrados, los mecanismos para el acceso a créditos hipotecarios, entre otros (Bourdieu, referenciado por Gárriz y otros, 2005). Se ha experimentado un crecimiento en la demanda de créditos por esta vía. Sin embargo, el porcentaje de beneficiados se considera todavía bajo y es necesario aumentar el alcance de las mismas.

Rojas-Suárez, (2014). “La estabilidad promueve el crecimiento económico y el ahorro interno que, a su vez, aumenta la demanda potencial de productos cotizados en el mercado de capitales.” Por ejemplo, los países que cuentan con tasas de inflación estables tienden a tener mercados de bonos nacionales más desarrollados.

El Diario De Los Llanos (2022) Publicación “La única opción viable en estos momentos es el arrendamiento.” Según el presidente de la cámara de comercio de Venezuela Roberto Orta Martínez asegura que la única opción viable en estos momentos es el arrendamiento, este mismo indica que actualmente hay limitaciones con el sistema crediticio para acceder a la compra de inmuebles en el país. También explicó que desde los últimos 4 años el mercado se ha mantenido estable relativamente, sin embargo este señaló que el mercado ha mejorado un 20% en arriendos de locales comerciales y de vivienda “La realidad es que al no haber créditos bancarios para la adquisición de viviendas, lo único posible es comprar un inmueble de contado, lo cual para la mayoría de la población no está al alcance”.

En la ciudad de Barinas según una entrevista con la presidenta de la cámara inmobiliaria de Barinas el mercado inmobiliario ha incrementado desde los últimos años, lo cual ha facilitado la economía en la ciudad de barinas, y también ha habido mucho alquiler y compra de propiedades de venezolanos que están en el extranjero. La presidenta afirma que movimiento común siempre ha habido, como personas que compran casas para independizarse, personas mayores vendiendo propiedades, crecimiento de la población y nuevas familias formadas. El mercado inmobiliario en el estado barinas está muy activo. Aproximadamente 19 inmobiliarias están operativas en el estado de barinas, 15 forman parte de la cámara y se cuenta con 77 agentes inmobiliarios en la ciudad de Barinas. Y esta refleja que una de las mayores dificultades es el agente informal ya que suelen acaparar

clientes. No conseguir la propiedad exclusiva, la informalidad a la hora de vender y el sobreprecio.

Uno de los problemas que se presentan actualmente en las inmobiliarias del estado barinas es la competitividad, altos precios en el mercado y factores internos de estas empresas. No siempre se tiene la seguridad de garantizar una rentabilidad aceptable. Muchas veces las empresas inmobiliarias no utilizan ningún tipo de planificación estratégica a la hora de tomar decisiones. En toda empresa es indispensable tener estrategias, por diversas razones y para ello es necesaria la implementación de un sistema que garantice eficacia y eficiencia. Esta situación ocurre a todos los niveles empresariales, en cada una de las regiones de Venezuela todos los días, situación de la que no escapa la empresa AM. Inversiones inmobiliarias.

Cabe destacar que la empresa Inmobiliaria A.M inversiones inmobiliarias, se dedica a la compra, venta, alquiler de inmuebles y locales comerciales. Sin embargo esta empresa no contaba con una serie de estrategias eficientes y acordes a su rendimiento, por lo tanto decayó que ya que no manejaba de una forma estructurada si no que lo llevaba de manera deficiente; por lo que las operaciones de la empresa no ha logrado cumplir con los objetivos planteados para su crecimiento económico, así mismo no tienen un manual de normas y procedimientos, políticas, ni estrategias debidamente establecidas. Además se debe considerar que en toda organización por más pequeña que sea, deben existir normas y procedimientos a ser aplicadas y así evitar demoras y molestias al momento de cerrar un contrato, lo que termino llevando esta empresa a un estado de decadencia.

Por todo lo expresado se desprende que la Empresa A.M inversiones inmobiliarias, al contar con una eficiente planeación estratégica es posible que logre superar de forma progresiva, la situación antes expuesta y logrará un fortalecimiento y la reactivación en la venta y alquiler de inmuebles, debido a que contara con estrategias para poder estabilizarse en el mercado inmobiliario.

Ante la problemática expuesta se debe establecer la siguiente hipótesis: ¿La elaboración de estrategias permitirá la reactivación y el fortalecimiento de los procesos administrativos de la empresa A.M inmobiliarias? Ante este planteamiento se formulan las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es la situación inmobiliaria actual de la ciudad de Barinas?
2. ¿Cuáles son los factores que influyen en el negocio inmobiliario en el estado Barinas y en la empresa inmobiliaria A.M inversiones inmobiliarias?
3. ¿Cuál será la manera más efectiva para la reactivación y el fortalecimiento de los procesos administrativos de la empresa A.M inversiones inmobiliarias?

Objetivos de la investigación.

Objetivo General:

Elaborar Estrategias para la Reactivación y el Fortalecimiento del Proceso Administrativo de la Empresa A.M Inversiones Inmobiliarias del Municipio Barinas Estado Barinas.

Objetivos Específicos:

1. Diagnosticar la situación actual del mercado inmobiliario en el estado Barinas, municipio Barinas.

2. Describir los factores internos y externos que influyen en el mercado inmobiliario en el estado de Barinas municipio Barinas y en la empresa A.M inversiones inmobiliarias
3. Diseñar estrategias para la reactivación y el fortalecimiento del proceso administrativo de la empresa A.M inversiones inmobiliarias.

Justificación de la Investigación

La realización de la presente investigación se justifica en dos vertientes. En principio, la recuperación de una empresa familiar en el caso de la empresa “A.M Inversiones inmobiliarias” Con relación a la importancia de la situación o problema objeto de estudio, este se fundamenta en la complejidad de los elementos teóricos y prácticos manejados a nivel de las empresas inmobiliarias con respecto a su estructura organizacional, financiera, administrativa, y estratégica. La cual sirve de plataforma para la consecución de los objetivos propuestos y recuperación de esta empresa.

En cuanto a la utilidad para el sector objeto de estudio, este aspecto se sustenta en que las Empresas inmobiliarias conforman principales puntos de generación de empleo a nivel nacional, hecho que, consecuencialmente, lo convierte en un elemento que debe ser considerado en cada una de las acciones que se ejecutan para dar atención a las necesidades de vivienda.

Por otra parte, la actual situación que vive el país, implica que los procesos administrativos que se llevan a cabo en las organizaciones se vean inmersos en revisiones, de allí que la presente investigación se justifique desde un punto de vista práctico, dado que los aportes de las empresas inmobiliarias están vinculadas con la productividad y la

competitividad del país, siendo un aspecto de vital importancia en la proyección del desarrollo sostenible de la nación en el marco histórico actual.

Finalmente, puede afirmarse que desde el punto de vista académico, esta investigación puede convertirse en un antecedente válido para otros trabajos de investigación que aborden el tema, así como para sectores del conglomerado empresarial local, regional o nacional que afronten circunstancias similares en cuanto a la activación de antiguas empresas. Actividades relacionadas con los planes de expansión urbanos, y problemas de vivienda actuales

Dentro de este orden de idea cabe destacar, que esta investigación se ubica en la línea de Mercado inmobiliario, e investigación de planeación estratégica, para la carrera de Administración de la universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.

Alcance y Delimitación

El estudio se inscribe dentro de la Línea de Investigación del ámbito de las Estrategias del Perfil Profesional del Administrador, particularmente se centra en desarrollar una propuesta de estrategias específicamente para garantizar la reactivación y el fortalecimiento de los procesos administrativos de la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias”

Se plantea un diagnóstico para identificar las necesidades de la empresa a través de la observación directa y la aplicación de un cuestionario a sus propietarios y entidades del sector inmobiliario, para luego presentar estrategias comerciales para la reactivación de esta

empresa bajo un concepto integral: El empresario y la infraestructura institucional; donde es necesario establecer estrategias para garantizar el éxito de las empresas.

En esta investigación se toma en cuenta el impacto financiero producido por el aspecto organizacional y estratégico, definición del negocio con la evaluación de la gestión financiera de la empresa en lo referente a la reactivación de la empresa mediante el mercadeo, ventas, y aplicación de estrategias

Como funciones básicas de toda empresa en el manejo de la estructura organizativa y así poder presentar la estrategia adecuada como contribución de ejemplo exitoso para mejorar los resultados financieros de la empresa inmobiliaria, utilizando la modalidad de proyecto factible apoyada en una investigación de campo y descriptiva.

Capítulo II

Marco Teórico

El marco teórico referencial es soportado por el planteamiento de arias, (2012) que lo define como: “el producto de la revisión documental- bibliográfica. Este capítulo se refiere a estudios previos de investigación en relación al problema de estudio, según Hernández., Sampieri (2008) un Marco Teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente” y explica los elementos conceptuales, teóricos y legales de la variable que estudiaremos en la investigación con sus respectivos indicadores los cuales rigen las estrategias para la optimización de la reactivación de la empresa A.M Inversiones Inmobiliarias.

Antecedentes de la Investigación

En la en la búsqueda de fuentes referentes al objeto de estudio, se presentan los siguientes antecedentes investigativos:

Viteri (2021), en su Trabajo de Investigación denominado “Planificación Estratégica para la Empresa Crea Inmobiliaria S.A. en la ciudad de Puyo provincia de Pastaza en Ecuador, que fue inducido con el fin de dar solución a la problemática que atraviesa la empresa, así se realizaron encuestas para lograr diagnosticar la planificación estratégica y la

Gestión empresarial para obtener claramente la eficiencia administrativa. Se determinó como objetivo de la investigación, diseñar un plan estratégico que permitirá la realidad de la gestión colectiva de la empresa. En la investigación se cuenta con el marco teórico, que se desarrolló con la una serie de conceptos, teorías de varios autores de la ciencias administrativas, que fundamentan científicamente las variables dependiente e independiente del estudio, se considerara la planificación estratégica, su importancia, misión, visión, valores, políticas, estrategias, objetivos, así también la sesión empresarial como el clima laboral, el liderazgo, la cultura organizacional, y funciones.

Vargas (2018), Analiza en su Trabajo de Aplicación; la propuesta de un Proyecto de Dirección Estratégica. Esta investigación se realizó bajo la modalidad de proyecto Factible, apoyada en una Investigación de Campo. La investigación se dividió en tres fases: fase diagnóstica, fase de evaluación de la factibilidad y la fase de elaboración de la Propuesta. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta y el instrumento seleccionado fue el cuestionario, el cual consta de 27 ítems. El instrumento fue validado por un grupo de expertos en el área. El análisis e interpretación de los datos se realizó haciendo uso de la estadística descriptiva. Este análisis permitió evidenciar: que las necesidades de los empleados planteadas mediante quejas y reclamos no les dan el tratamiento que merecen, por lo que siempre se observa personas molestas con la institución lo que conlleva a desmejorar su calidad de trabajo. Por consiguiente, para mantener un nivel de calidad del servicio es necesario que la organización mantenga un estricto control sobre los procesos internos de atención a quejas y reclamos, realizando seguimiento continuo de las políticas y del capital humano involucrado.

Forero (2018), El objetivo de su Trabajo de Grado fue realizar una Propuesta de Fortalecimiento a la Gestión Administrativa de la Fundación Infantil “Jardines Los Colores” en el Norte de Santander Colombia. La metodología utilizada en el estudio fue de carácter cuantitativo, sustentado en un Proyecto Factible y apoyado en Investigación de Campo, empleándose las etapas de la metodología de proyecto factible como lo es el diagnóstico para la detección de necesidades, establecimiento de la factibilidad y la elaboración de la propuesta. El universo estuvo conformado por el total de los voceros y voceras entre principales y suplentes. Para obtener los datos se aplicó un instrumento cuestionario bajo el formato de Likert con respuestas cerradas, que fueron validados por tres (3) expertos y determinada su confiabilidad a través del coeficiente de Alpha de Crombach arrojando para los docentes un coeficiente de 0,77 (Confiabilidad Alta) y para los Directivos 0,78 (Altamente Confiable). Aun haciéndose un diagnóstico adecuado de problemas, necesidades y requerimientos, son pocos los voceros comunitarios que participan en la elaboración de los planes, programas y proyectos para sus los niños.

Antecedentes Históricos de la Empresa

La empresa A.M inversiones inmobiliarias se encontraba en el edificio patricia frente a la plaza Zamora de Barinas cuando se fundó. Fue registrada en Barinas, inscrita bajo el número 37 tomo-34 A REGMER2. E; inicio sus actividades a los 19 días del mes de octubre del año 2011, cuando ya había transcurrido un mes de operaciones. Nace como una proposición del Sr. Alberto Meza a mediados del año 2011 después de analizar las diferentes propuestas de inversión con la opción de establecer una oficina en Barinas, decidió arriesgarse, para incursionar en la industria inmobiliaria. Comenzaron sus operaciones con un capital inicial de 30mil Bs.F. A pesar de los comentarios pesimistas de

algunas personas aledañas a la inversión que se estaba realizando la empresa empezó a operar sin dificultad alguna el 19 de octubre del año 2011, con deseos de ofrecer un catálogo de inmuebles a un costo accesible. Inicialmente se promocionó un proyecto de urbanismo con opción a financiamiento; estrategia utilizada con el fin de dar facilidad de adquisición a inmueble. Desde hace 5 años ha decaído debido a una fuerte crisis económica cerrando sus oficinas y dejando de lado muchas de sus labores como empresa.

Misión y visión:

Misión.

Brindar un servicio de asesoría inmobiliaria personalizada orientada a cumplir con las exigencias de nuestros clientes. Trabajamos con ética profesional, con honestidad y discreción en todas las etapas de la venta, compra o alquiler. Nos basamos en nuestra experiencia y capacitación en el sector.

Visión.

Ser la mejor alternativa para quienes quieren la ayuda de un profesional inmobiliario, desde una relación cercana y resolutiva, ofreciendo las propuestas más innovadoras. Que nuestros clientes se sientan plenamente acompañados y asesorados durante todo el proceso de compra de una propiedad.

Objetivos de la empresa.

1. Satisfacer las necesidades individuales de cada uno de nuestros clientes
2. Elaborar un plan de marketing individualizado a cada propiedad
3. Ofrecer un asesoramiento de calidad.

4. Compra y alquiler de inmuebles

Tipo o rama de actividad comercial.

Venta y alquiler de inmuebles.

Bases Teóricas

Las bases teóricas se orientan al conjunto referencial asociado al tema de estudio de investigación en dar conocimiento y profundidad a la naturaleza de cada variable de investigación. Las bases teóricas según Arias, (2012) “implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado”. La base teórica o conceptual es una revisión bibliográfica o documental que se relacionan directamente con las variables que se desarrollaran y la relación entre ellas. Haciendo referencia a los diversos enfoques teóricos que se utilizaron en investigaciones previas relacionadas con la temática de la misma. Por lo cual, nos permite a precisar en qué consiste el problema que se va a desarrollar, logrando detectar dónde están las debilidades del mismo.

Planificación

La planificación se entiende como el proceso estructurado de acciones organizacionales o acción administrativa que determina el propósito afirmativo del nivel de logro de los objetivos planteados por la organización o empresa en el plan de acción a seguir. También la planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una

acción administrativa determinada. El propósito afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional.

Estrategia

La estrategia es una secuencia general y flexible de ideas y acciones a implementar para conseguir un conjunto dado de objetivos, es general porque no define en detalle las líneas de acción sino que más bien orienta la toma de decisiones de los agentes comprometidos con los objetivos de la planificación y flexible porque debe tener el espacio suficiente para redefinir los pasos siguientes en cada ocasión en que una nueva situación cambia alguna de las condiciones que ayudaron a definir las líneas de acción.

Para Garcia y Valencia (2007) el concepto de la Estrategia “son cursos alternos de acción que resuelven el problema de cómo lograr la más eficiente adaptación de los medios a los fines o propósitos de la empresa” (p. 21). Asimismo Westreicher (2020), considera la estrategia como un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.

Planificación Estratégica

Tal como lo plantea Blank (2002), “La planeación estratégica es planeación a largo plazo que involucra la organización como un todo y busca organizar la organización en una posición exitosa en el Medio Ambiente Externo en el que le toca desempeñarse. En la planeación estratégica se formulan estrategias para poder obtener los objetivos que se han determinado y así poder obtener la misión de la organización”. De igual manera Quiroa (2020), La planificación estratégica es la herramienta utilizada por las empresas como un

proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto.

Según Westreicher (2020), “la planificación es la estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir determinados objetivos.” En otras palabras, es el plan que se establece para llegar al estado final deseado.

En este sentido, la planificación estratégica consiste en una sistematización coordinada principalmente a todos los elementos con los cuales cuenta una organización para lograr el éxito en el mercado, estableciendo objetivos estratégicos que sean viables pero a la vez desafiantes para la organización; definiendo metas claras para el logro de las actividades y así cumplir con los objetivos propuestos. De forma similar, la planeación se entiende como un proceso continuo y flexible, una vez cumplido los objetivos, los directivos y gerentes deben proponer nuevas metas. Por consiguiente, el plan debe permitir cambios y correcciones cuando sean necesarios, la adaptación es la clave una planificación estratégica exitosa.

Administración estratégica

La administración estratégica es un proceso que evalúa de forma sistemática un negocio, define sus objetivos a largo plazo, desarrolla estrategias e identifica metas para alcanzarlos y al mismo tiempo encontrar los recursos correspondientes para realizarlos. Se puede definir como la ciencia que formula, implementa y evalúa todas las decisiones que pueden llegar a permitir el enlace de los objetivos de una empresa. Es una administración que se enfoca en la integración de la administración, las finanzas, la producción, las operaciones,

la contabilidad, el desarrollo de las investigaciones, de los sistemas de información y el marketing para favorecer a la empresa. (Pacheco, 2019)

Análisis interno

Tiene la finalidad de determinar las fortalezas y las debilidades de la organización, en función de su misión y visión, analiza aspectos como la capacidad competitiva de la organización, la cultura organizacional, infraestructura, logística, el recurso humano, financiero y tecnológico, la coexistencia de estos elementos es de vital importancia para mantener en correcto funcionamiento la empresa y tener la capacidad de responder y adaptarse a los cambios del entorno .El análisis interno brinda un mayor entendimiento sobre el rol que desempeña cada miembro de la organización y en qué medida sus acciones contribuyen al logro de los objetivos, además permite identificar las fuerzas internas que rigen la organización para alcanzar las metas propuestas teniendo en cuenta sus ventajas y limitaciones. Las fuerzas internas son todos aquellos elementos que están dentro de la empresa y bajo su control, sin importar que sean tangibles o intangibles, estos factores son agrupados en fortalezas y debilidades

Misión

La misión de una empresa es la propuesta de valor que concreta su actividad. Para enunciarla hay que tener también en cuenta a quién va dirigida la actividad y cuál es la particularidad de la empresa, esto es, qué es lo que la diferencia de otras. Para Menguzzato & Renau (1991), "La misión se considera cómo la expresión muy general de lo que quiere ser la institución, de sus aspiraciones en cuanto a su papel en la sociedad." De esta definición se desprende que esta expresión debe ser ajustada periódicamente de acuerdo a

los cambios que sufra la organización, y por lo tanto se trata de una acción dinámica en la vida de la organización. Según Enciclopedia económica (2017) a la misión como la identidad y razón de ser de una empresa, es decir, por qué surgió, cuáles son sus intereses, objetivos y qué le ofrece de especial a los clientes.

Visión

La visión son las metas que queremos conseguir en el futuro, que será realistas y alcanzables. “La visión corresponde al futuro deseado de la organización. Se refiere a cómo quiere ser reconocida la entidad, representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público.” (Armijo, 2009).

Según Espinoza (2012) la visión nos ayuda a responder la segunda de las tres preguntas: ¿Quiénes queremos ser? La visión de una empresa contempla las metas que nos hemos propuesto conseguir en el futuro, es la concepción de lo que queremos llegar a ser.

Valores

Los valores son la personalidad de nuestra empresa, esos principios éticos sobre los que se coloca nuestra compañía y a partir de los cuales creamos nuestras pautas de comportamiento. Según Lisboa (2020) son los propósitos que orientan las actitudes de sus colaboradores y los mantienen vinculados a objetivos comunes. Además, estos valores son los rasgos de la personalidad de la compañía que, resumidos de manera simple y concisa, se usan para transmitirle a propios y terceros la ruta que los fundadores o directivos han decidido tomar.

Análisis Externo

Las organizaciones necesitan de un entorno para poder existir, crecer y desarrollarse como si se tratara de un organismo viviente, este entorno está constituido por instituciones, personas, estados, competencia, entre otros elementos que afectan directa o indirectamente la actividad y los resultados de la empresa, la cual no tiene control sobre ninguno de dichos elementos y que dan lugar a oportunidades que podrían beneficiar a la empresa y amenazas que deben evitarse. La finalidad de realizar una evaluación del ambiente externo es identificar las principales variables que ofrezcan respuestas prácticas y mejores resultados, las organizaciones deben responder a estos factores de manera estratégica para aprovechar las oportunidades externas y reducir el impacto de las amenazas potenciales.

El entorno externo se puede estudiar aplicando el análisis PEST como medio para obtener información acerca de las fuerzas externas claves que tienen efecto más directo sobre las operaciones de la empresa, estas fuerzas están representadas por los factores políticos-legales, económicos, socioculturales, y tecnológicos. Los cambios en las fuerzas externas se traducen en cambios en la demanda de consumo de productos y servicios, determina el tipo de productos que se desarrollan y comercializan, además sirve como base en la formulación de estrategias para el posicionamiento y la segmentación de los mercados, dichos factores pertenecen a lo se conoce como entorno general, una de las 2 capas en la cuales se divide del entorno externo de la organización, la segunda capa se denomina entorno tarea. El entorno tarea son factores que son afectados por las operaciones de la organización, como lo son los proveedores: las fuentes de materia prima, el cliente: que es quien paga por el producto o servicio, generando con su compra beneficios que

mantienen en pie a la empresa, la competencia del mercado: que impulsa a la empresa a ser más innovadora e ir más lejos que sus competidores.

Matriz Foda

La matriz Foda es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc. que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. También la matriz FODA es una herramienta importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias; estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA). El ajuste de los factores externos e internos es la parte más difícil de desarrollar en una matriz FODA y requiere un criterio acertado.

Las estrategias de una matriz FODA se agrupan en:

1. Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
2. Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
3. Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

4. Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Mapa estratégico

Un mapa estratégico es una completa representación visual de la estrategia de una organización, describe el proceso de creación de valor mediante una serie de relaciones de causa y efecto entre los objetivos. Los mapas estratégicos definen de forma clara cuatro perspectivas de valor. Además de la perspectiva financiera, ampliamente considerada en el pasado, hay tres nuevas perspectivas de medición que alinearán las acciones de toda la organización para que esta alcance sus metas.

Kaplan & Norton, (1996) no definen explícitamente lo que significa una perspectiva, pero enumeran las cuatro perspectivas principales que una organización (con o sin fines de lucro) debe tener: Una perspectiva financiera, Perspectiva del cliente o de mercado, Perspectiva de proceso, y una perspectiva de aprendizaje o crecimiento

El mercado inmobiliario

El mercado inmobiliario es el conjunto de las acciones de oferta y demanda de bienes inmuebles. La naturaleza de estos bienes puede ser muy distinta, diferenciándose entre bienes de naturaleza residencial, comercial, industrial, urbana, etc. Todas las operaciones que se produzcan relacionadas con la compra y venta de este tipo de inmuebles forman el sector inmobiliario, esencial para el desarrollo de una economía sostenible de un país. Los bienes inmuebles son tangibles y, en general, son todas aquellas posesiones que no pueden moverse por sí mismos ni ser trasladados de un lugar a otro, sin ocasionar daños a la estructura física de los mismos.

Según Coremberg (2000) el mercado inmobiliario se refiere a la superposición de distintos submercados, donde idealmente se realizan transacciones de carácter disímil, dada su heterogeneidad con respecto a la localización, antigüedad, financiamiento, calidad, tenencia, así como en función de su determinación como bien de consumo o de capital.

Componentes del mercado inmobiliario

El mercado inmobiliario está formado por tres componentes (Facchin, 2005): el producto, que constituye el bien inmueble; los vendedores o las partes deseosas en venderlos y que constituyen la oferta; y los compradores o las partes interesadas en adquirirlos y que constituyen la demanda.

Bases Legales

Según Sánchez (2006) las bases legales “incluyen todas las referencias legales que soportan el tema o problema de investigación. Para ello se puede consultar la constitución nacional, las leyes orgánicas y las gacetas gubernamentales entre otros (p.54)

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 2009.

Capítulo VII: De los Derechos Económicos

El artículo 115 reza "Se garantiza el derecho de propiedad. Toda persona tiene derecho al uso, goce, disfrute y disposición de sus bienes. La propiedad estará sometida a las contribuciones, restricciones y obligaciones que establezca la ley con fines de utilidad pública o de interés general."

En la primera parte del Artículo 115, la cual establece el derecho a la propiedad y los derechos que corresponden a las personas que son propietarias de bienes, incluyendo el

derecho al uso, goce, disfrute y disposición de los mismos. También se establece que la propiedad puede estar sujeta a contribuciones, restricciones y obligaciones establecidas por la ley, siempre y cuando estas tengan fines de utilidad pública o interés general.

En el artículo 117 "La ley establecerá las limitaciones al derecho de propiedad que sean necesarias para el uso común y para hacer posible la satisfacción de las necesidades colectivas."

Este artículo establece la obligación del Estado de garantizar que la propiedad inmueble cumpla su función social. Para lograr esto, se establecen distintas medidas, como un sistema tributario justo para evitar la especulación, una política adecuada de vivienda, la reforma agraria y la protección de zonas de reserva, parques nacionales, monumentos naturales y sitios arqueológicos.

Código Civil de Venezuela

Capítulo I: Disposiciones generales

Este artículo establece la definición de la propiedad como el derecho exclusivo de usar, gozar y disponer de una cosa, sujeto a las restricciones y obligaciones que establece la ley. "La propiedad es el derecho de usar, gozar y disponer de una cosa de manera exclusiva, con las restricciones y obligaciones establecidas por la Ley."

Básicamente, este artículo establece que la propiedad es el derecho exclusivo de una persona para usar, disfrutar y disponer de una cosa, siempre y cuando se respeten las restricciones y obligaciones establecidas por la ley. En otras palabras, la propiedad confiere

a su dueño el derecho de utilizar, disfrutar y disponer de la cosa de manera exclusiva, pero sujeto a las normativas legales que establecen ciertas limitaciones y obligaciones.

Capítulo I: De la naturaleza de la venta

“La venta es un contrato por el cual el vendedor se obliga a transferir la propiedad de una cosa y el comprador a pagar el precio.” Según el artículo 1474

Este artículo establece que la venta es un contrato en el que el vendedor se compromete a transferir la propiedad de una cosa al comprador, a cambio del pago de un precio determinado. En otras palabras, el vendedor se obliga a ceder el derecho de propiedad de la cosa que se vende al comprador, quien a su vez se obliga a pagar el precio acordado por dicha propiedad. La venta es, por lo tanto, un contrato bilateral en el que ambas partes tienen ciertas obligaciones y derechos.

En el título VIII se dicta lo siguiente. El artículo 1579 establece que la venta es un contrato en el que el vendedor se compromete a transferir la propiedad de una cosa al comprador, a cambio del pago de un precio determinado. En otras palabras, el vendedor se obliga a ceder el derecho de propiedad de la cosa que se vende al comprador, quien a su vez se obliga a pagar el precio acordado por dicha propiedad. La venta es, por lo tanto, un contrato bilateral en el que ambas partes tienen ciertas obligaciones y derechos.

"El arrendador está obligado para con el arrendatario al saneamiento de todos los vicios y defectos de la cosa arrendada que impidan su uso, aunque no los conociera al tiempo del contrato; y responde de la indemnización de los daños y perjuicios causados al arrendatario por los vicios y defectos de la cosa, a menos que pruebe que los ignoraba." Según el artículo 1625

En resumen, este artículo establece que el arrendador es responsable de garantizar que la cosa arrendada no tenga vicios o defectos que impidan su uso, incluso si no los conocía al momento de firmar el contrato. Si existen vicios o defectos en la cosa arrendada, y estos causan daños o perjuicios al arrendatario, el arrendador es responsable de indemnizar al arrendatario, a menos que pueda probar que desconocía la existencia de dichos vicios o defectos. En otras palabras, el arrendador debe garantizar que la cosa arrendada esté en condiciones aptas para su uso y responder por los daños y perjuicios causados al arrendatario si no lo está, salvo que pueda demostrar que desconocía los vicios o defectos.

Código de Comercio (1955):

En su Artículo 1 expresa que “El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes” (p. 1). De igual manera, en el mismo código en su Artículo 10 y 11 indica que “Son comerciantes los que teniendo capacidad para contratar hacen del comercio su profesión habitual, y las sociedades mercantiles”; “El menor emancipado, de uno u otro sexo, puede ejercer el comercio y ejecutar eventualmente actos de comercio, siempre que para ello fuera autorizado por un curador, con la aprobación del juez de primer instancia en lo civil”.

En el libro Diario se asentarán, día por día, las operaciones que haga el comerciante, de modo que cada partida exprese claramente quién es el acreedor y quién el deudor, en la negociación a que se refiere, o se resumirán mensualmente, por lo menos, los totales de esas operaciones siempre que, en este caso, se conserven todos los documentos que permitan comprobar tales operaciones, día por día. Según como se indica en el capítulo 34

En el artículo 35 se explica que todo comerciante, al comenzar su giro y al fin de cada año, hará en el libro de Inventarios una descripción estimatoria de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles y de todos sus créditos, activos y pasivos, vinculados o no a su comercio.

Los libros y sus comprobantes deben ser conservados durante diez años, a partir del último asiento de cada libro. La correspondencia recibida y las copias de las cartas remitidas, serán clasificadas y conservadas durante diez años. Artículo 44

La asamblea ordinaria se reunirá una vez al año, por lo menos en la fecha que determinen los estatutos; si en ésta no hubiere número suficiente de accionistas con la representación que establece el artículo anterior, tres días después, sin necesidad de nueva convocatoria; y si entonces tampoco lo hubiere, se procederá como lo dispone el artículo 276

Ley de Arrendamientos Inmobiliarios

En el (Decreto N° 427 25 de Octubre de 1999) se dicta lo siguiente "Esta Ley regula las relaciones entre arrendadores y arrendatarios de bienes inmuebles destinados a vivienda u otros usos distintos del de vivienda, ubicados en el territorio de la República Bolivariana de Venezuela, y tiene por objeto garantizar el derecho a una vivienda adecuada, la seguridad y estabilidad en las relaciones arrendaticias, el acceso a la justicia, la equidad y la paz social." (Artículo 1)

El objetivo principal de la Ley de Arrendamientos Inmobiliarios en Venezuela es regular las relaciones entre arrendadores y arrendatarios de bienes inmuebles, ya sea destinado a vivienda u otros usos distintos del de vivienda, ubicados en el territorio de la República

Bolivariana de Venezuela. La ley busca garantizar el derecho a una vivienda adecuada, la estabilidad y seguridad en las relaciones arrendaticias, el acceso a la justicia, la equidad y la paz social.

Ley de Regulación del Arrendamiento Inmobiliario para el uso Comercial

En la (Gaceta Oficial N° 40.418 del 23 de mayo de 2014) se dicta "Ley de Regulación del Arrendamiento Inmobiliario para el uso Comercial" en Venezuela: "El objeto de esta Ley es establecer el régimen jurídico aplicable a las relaciones entre arrendadores y arrendatarios de inmuebles destinados al uso comercial en territorio venezolano, a fin de garantizar la protección de los derechos de ambas partes, la estabilidad y equilibrio en el mercado inmobiliario comercial, y el acceso a los bienes y servicios que se prestan en dichos inmuebles." (Artículo 1)

El objetivo de esta ley es establecer un marco legal que regule las relaciones entre los arrendadores y los arrendatarios de inmuebles destinados al uso comercial en Venezuela. Además, busca garantizar la protección de los derechos de ambas partes y fomentar la estabilidad y equilibrio en el mercado inmobiliario comercial del país. La ley establece normas claras en cuanto a los plazos de los contratos de arrendamiento, los aumentos de precios, las garantías, las reparaciones y el mantenimiento de los inmuebles. También establece la creación de un registro nacional de arrendadores, el cual será administrado por el Ministerio de Vivienda y Hábitat.

Además, se establece que la ley puede establecer limitaciones al derecho de propiedad que sean necesarias para el uso común y para satisfacer las necesidades colectivas.

Definición de términos

Capital: En el ámbito económico y financiero, el capital se refiere a los recursos financieros y materiales que una persona o una empresa tienen a su disposición para invertir en proyectos productivos y generar ganancias.

Evaluación: es un proceso que se usa para determinar, de manera sistemática, el mérito, el valor y el significado de un trabajo, de alguna capacidad intelectual o física, o de alguien en función de ciertos criterios respecto a un conjunto de normas.

Organización: La organización se puede definir como establecer o reformar una cosa, que debe estar sujeta a reglas, orden, armonía y dependencia de las partes que la conforman.

Sinergia: La sinergia es una interacción o cooperación que da lugar a un todo que es mayor que la simple suma de sus partes

Sistema de Variables

Las variables conciernen a todos los valores o elementos que forman parte de una organización delimitada. Según Arias (2012) nos reseña:

Consiste en una serie de características por estudiar definida de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores. El sistema puede ser desarrollado mediante un cuadro, donde además de las variables, se especifique sus dimensiones e indicadores y su nivel de medición (p.43).

Cuadro 1 Operacionalización de la variable.

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	
Estrategias para la reactivación y fortalecimiento de los procesos administrativos.	"El fortalecimiento de los procesos administrativos es clave para mejorar la eficiencia y efectividad de las organizaciones. Esto implica la identificación y eliminación de procesos redundantes o ineficientes, así como la implementación de tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar la productividad y la calidad de los servicios." - Luis Fernando Alarcón, "Fortalecimiento de los procesos administrativos en la gestión pública" (2019)	Planeación	Visión	1	1
			Misión	2	2
			Planeación	3,4	3, 4
		Organización	Estrategias	5	5
			Organigrama	6	6
			Funciones	7,8	7, 8
		Dirección	Manuales	9	9
			Capacitaciones	10	10
			Normas	11,12	11, 12
		Control	Motivación	13	13
			Liderazgo	14	14
			Medición de desempeño	15,16	15, 16
		Marketing	Supervisión	17	17
			Seguimiento	18	18
			Investigación	20	
		Innovación	Campañas	21,22	
			Estrategia	23, 24	
			Competencia	25, 26	
Gestión financiera	Alianzas estratégicas	27			
	Tecnologías	28, 29			
	Evaluación	30			
	Capital	31, 32			
	Riesgos	33,34			

Capítulo III

Marco Metodológico

El marco metodológico de la investigación se fundamenta en los pasos que dan el inicio del estudio hasta su culminación, sobre la base de la sistematización racional del fenómeno estudiado, en cuanto al conocimiento obtenido, de la temática abordada. Según Koppens (2019), el Marco Metodológico: “Está integrado por elementos correspondientes a una serie de criterios teórico-metodológicos que abarcan tanto la naturaleza o enfoque del estudio, como el diseño de investigación, el cual reviste características y clasificaciones particulares para cada enfoque de investigación. Por tal motivo se presenta este capítulo, donde se explicará de forma breve los aspectos metodológicos que serán considerados en la investigación.

Enfoque o paradigma de investigación

El paradigma de la investigación es la red de creencias teóricas y metodológicas entrelazadas que permiten la selección, evaluación y críticas de temas, problema y métodos, y establece una red de compromiso entre los miembros de una comunidad (Balboa, 1996).

Partiendo de lo anterior, esta investigación se basa en un enfoque cuantitativo. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014: 4) el enfoque cuantitativo está basado en obras como las de Auguste Comte y Émile Durkheim. La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso

deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas. Este enfoque se comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo.

Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación de acuerdo a su profundidad se encuentra en un nivel descriptivo aun cuando la finalidad de este trabajo se puede considerar proyecto factible. Tal como señala Arias (2012), “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.” (p.24).

De acuerdo Tamayo y Tamayo (2001), la investigación de tipo descriptivo; “Comprende la descripción registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos, el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como personas o grupos conducen o funcionan en el presente” /p55), Es decir estudia o describe realidades actuales para arrojar interpretaciones correctas y sistémicas de las cualidades actuales del problema de estudio.

La definición de proyecto factible según Gómez (2004), implica la identificación de alternativas de solución que sean técnicamente viables, económicamente sostenibles y socialmente aceptables, basándose en un diagnóstico previo y en la definición de objetivos y metas claras. Para que un proyecto sea considerado factible, debe ser capaz de utilizar los recursos técnicos disponibles, generar los recursos financieros necesarios para su ejecución y sostenibilidad en el tiempo, y responder a las necesidades y expectativas de la comunidad y los grupos de interés involucrados. (p.15)

Adicionalmente el tipo investigación de la presente investigación se sostiene un estudio no experimental descriptivo: ya que su preocupación radica identificar los elementos que deben contemplar una estrategia de fortalecimiento de modo que no se pretende llegar a emitir explicaciones o correlación alguna entre las variables, solo se observará los fenómenos tal como se dan en un contexto natural para después analizarlos sin la manipulación deliberada de las variables y dimensiones.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se describe según Alvira, citado en Ballestrini (2001), como "el plan global de investigación que integra de un modo coherente y adecuadamente correcto técnicas de recolección de datos a utilizar análisis previsto y objetivos" (p.131). En tal sentido Hernández Fernández y Bastidas (2006), definen al diseño de investigación como las maneras por las cuales se dan respuesta a las interrogantes formuladas en la investigación, claro que esta deben estar vinculadas con la definición de estrategias a seguir en la búsqueda de soluciones al problema planteado. Por lo antes mencionado esta investigación se enmarca dentro del diseño no experimental porque no hubo manipulación de las variables es decir, solo se observó su comportamiento en el campo. Adicionalmente será de tipo transaccional ya que solo se hizo una única medición de las cualidades observadas.

Cabe señalar, también que de acuerdo al lugar donde se desarrollará se ubica dentro de un Diseño de Campo de acuerdo con Arias (2012) está definido como "la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar la variable alguna" (65) es decir, el

investigador obtiene la información pero no la altera en las condiciones existentes. Ya que el proceso de esta investigación se basa en la observación, para el análisis de la formulación de estrategias de fortalecimiento para la empresa inmobiliaria.

Población y muestra.

A juicio de Palella y Martins (2010), la población es el “conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones, representa un conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a la investigación y que generalmente suele ser inaccesible”. (p.105)

Es un conjunto de elementos o eventos similares que son de interés para alguna pregunta o experimento, una población puede ser un grupo de objetos existentes. Por tanto la población es el grupo al cual el investigador trata de explicar difusiones alcanzadas e intenta formular aserciones que sean eficaces para ese conglomerado o grupo total.

Desde la posición de Arias (2012) define población finita como la “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades”. (p.82)

En este caso la población constaba con 5 personas en total, entre ellos; el Presidente, un Contador, un Arquitecto, un Abogado y la Secretaria de la empresa.

Con relación a ello, Hansen (1953) señala que “en poblaciones pequeñas, es posible tomar en cuenta toda la población para obtener una precisión estadística, pero en poblaciones más grandes, tomar toda la población puede ser costoso y poco práctico”

(p.44). En estos casos, es necesario utilizar técnicas de muestreo adecuadas para seleccionar una muestra representativa de la población.

Técnica e instrumentos de recolección de datos

Como técnica de recolección de datos se emplearon aquellas que compaginaron con la esencia de la investigación. Según Arias (2012) define Cuestionario como “la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”. (p.74) No obstante, para tal efecto el cuestionario es una manera de comunicarse de forma escrita con el encuestado y así recibir de manera rápida, respuesta por parte del encuestado.

Se utilizó como instrumento un cuestionario con la escala de Lickert con 5 alternativas de respuestas: De acuerdo, Totalmente de acuerdo, Ni en acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo. Con el cual se obtuvo la información correspondiente al diagnóstico de la situación actual de la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias”

Validez y confiabilidad del instrumento.

Validez.

En cuanto a la validez del instrumento, Arias (2012) establece que “las preguntas deben tener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación, y estas interrogantes consultarán solo aquello que se pretende conocer o medir” (p. 79). En el caso de este estudio, la validez del instrumento se determinó por Juicio de Expertos, donde

especialistas en metodología y contenido de la Universidad evaluarán su pertinencia y coherencia, correspondencia entre ítems, veracidad y profundidad así como su verificabilidad.

Confiabilidad.

Desde la posición de Palella y Martins (2017) La confiabilidad es definida como: “la ausencia de error aleatorio en el instrumento de recolección de datos. Representa la influencia del azar en la medida: es decir es el grado en que las mediciones están libres de la desviación producidas por los errores causales”. (p.164)

Como lo señala Balestrini (2006), la confiabilidad tiene por objeto: “asegurarse de que un investigador, siguiendo los procedimientos descritos por otro investigador anterior y conduciendo el mismo estudio, puede llegar a obtener resultados y conclusiones similares” (p.166).

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el cálculo del índice de consistencia interna Alpha de Crombach donde los resultados se presentan de esta manera.

No es confiable. 0

Baja confiabilidad 0.01 a 0.49

Moderada confiabilidad 0.5 a 0.75

Fuerte confiabilidad 0.76 a 0.89

Alta confiabilidad 0.90 a 1

El resultado obtenido en el cálculo de confiabilidad del instrumento fue de 0.96 lo cual demostró que el instrumento tiene alta confiabilidad.

De acuerdo a Mallery (2003), el coeficiente Alpha de Cronbach se define como "el promedio de todas las posibles particiones de los ítems en dos mitades, cada una de las cuales se utiliza como una subescala para medir la consistencia interna". (p.114)

Técnicas de análisis de la información

Para el análisis y la interpretación de la información recopilada se siguió la sugerencia de Arias (2012) describe estas técnicas como:

Las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan.: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En lo referente al análisis, se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que serán empleadas para descifrar lo que revela los datos recolectados (p.111).

En términos prácticos, obtenida la recolección de la información, la misma se analizó e interpretó utilizando técnicas de estadística descriptiva, con el fin de determinar la frecuencia de respuestas y el porcentaje, atendiendo a las variables de investigación y sobre la base del contexto teórico.

Los datos se procesaron a través del programa Microsoft Excel para luego ser analizado cada uno de los ítems y la confiabilidad del instrumento y luego los resultados estadísticos obtenidos del instrumento se presentan en tablas de distribución y gráficos circulares.

Luego de obtenida la información, de la fuente de datos (“A.M Inversiones inmobiliarias”), el siguiente paso es el análisis de la misma, para lograr establecer la relación existente entre los datos obtenidos del estudio y su efecto sobre el Fortalecimiento del Proceso Administrativo.

Capítulo IV

Análisis e Interpretación de los Resultados

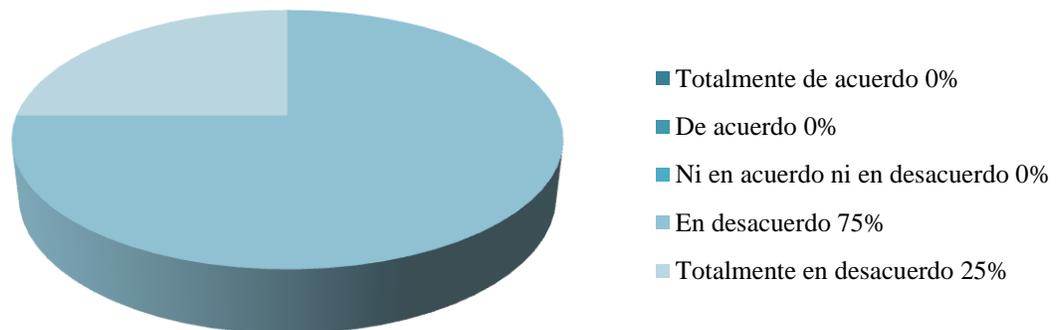
El análisis de resultados es la parte final y conclusiva de una investigación; en este apartado se procesa toda la información que ha ido apareciendo durante el estudio, presentarla de manera ordenada y comprensible para obtener las conclusiones que estos datos originan.

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos se procede a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos. De acuerdo con Balestrini (2006) que expresa: Al culminar la fase de recolección de la información, los datos, han de ser sometidos a un proceso de elaboración técnica, que permite recontarlos y resumirlos; antes de introducir el análisis diferenciado a partir de procedimientos estadísticos; y posibilitar la interpretación y el logro de conclusiones a través de los resultados obtenidos (p.169).

De lo descrito se interpreta que el análisis de los resultados implica el estudio profundo de los datos obtenidos, una vez organizados y aplicado el análisis estadístico, con el fin de explicar el comportamiento de las variables evaluadas con sus respectivas dimensiones e indicadores, la relación con el tema en estudio y las conclusiones que de este análisis se desprende. Tomando en consideración lo anterior, se expone a continuación el análisis de los resultados obtenidos para cada variable inicialmente propuesta.

Cuadro 2.**Conocimiento de la Visión de la empresa**

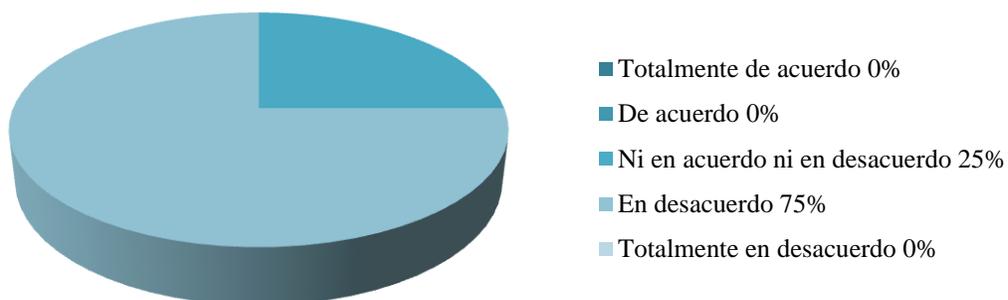
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	75%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Grafico 1: Conocimiento de la visión de la empresa**

De acuerdo a éstos resultados, el 75% de las personas encuestadas se encuentra en desacuerdo en conocer la Visión de la empresa donde laboran, mientras que el otro 25%, manifestó estar totalmente en desacuerdo de la misma. Por lo tanto, se puede decir que un alto porcentaje de los empleados no conocen las metas y propósitos fundamentales de la organización y ello es clave para el adecuado desenvolvimiento de los procesos internos.

Cuadro 3.**Conocimiento de la Misión de la empresa**

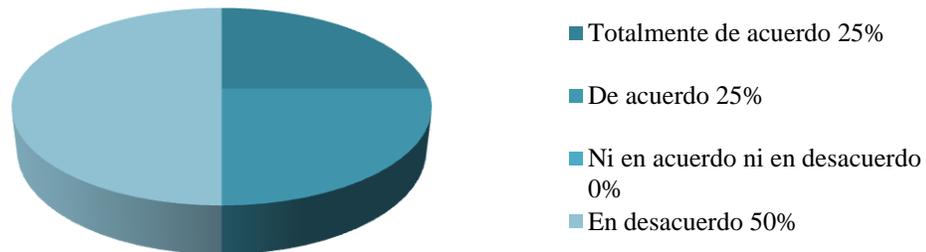
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	3	75%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Grafico 2: Conocimiento de la Misión de la empresa**

El 75% de los empleados está en desacuerdo en conocer la misión de la empresa donde laboran, mientras que el otro 25%, manifestó no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto, se puede decir que un alto porcentaje de los empleados no conocen el propósito fundamental de la organización y ello es clave para el adecuado desenvolvimiento de los procesos internos.

Cuadro 4.**Planificación operativa**

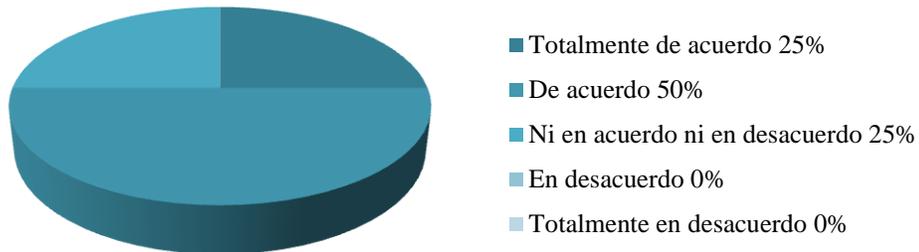
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	1	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Grafico 3: Planificación operativa**

Según las personas encuestadas 25% de la población están totalmente de acuerdo formar parte de la planificación operativa de la empresa, mientras que el otro 25%, manifestó en formar parte estar de acuerdo de la misma. Sin embargo un 50% está totalmente en desacuerdo de la planificación operativa, se puede decir que la mitad de los empleados participan en la planificación y la otra mitad no. Según John A Pearce II “La planificación operativa es el proceso de establecer metas y objetivos a corto plazo”

Cuadro 5.**Planes estructurados**

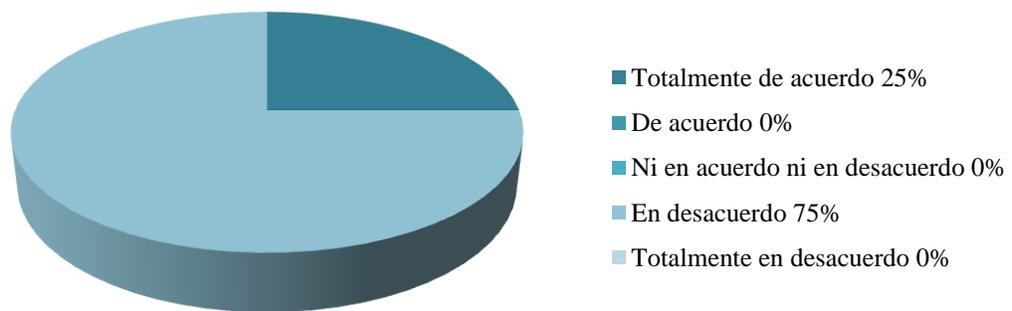
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	2	50%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Grafico 4: Planes estructurados**

50% de los empleados están totalmente de acuerdo que la empresa se rige por planes ya estructurados, mientras que el otro 25%, manifestó estar de acuerdo de la misma. Chiavenato (2004) destaca que la planeación es “la primera función de la administración. Antes de ejecutar cualquier función administrativa, la administración debe fijar los objetivos y los medios necesarios para alcanzarlos”. (Pág. 148).

Cuadro 6.**Estrategias para el desarrollo de la empresa**

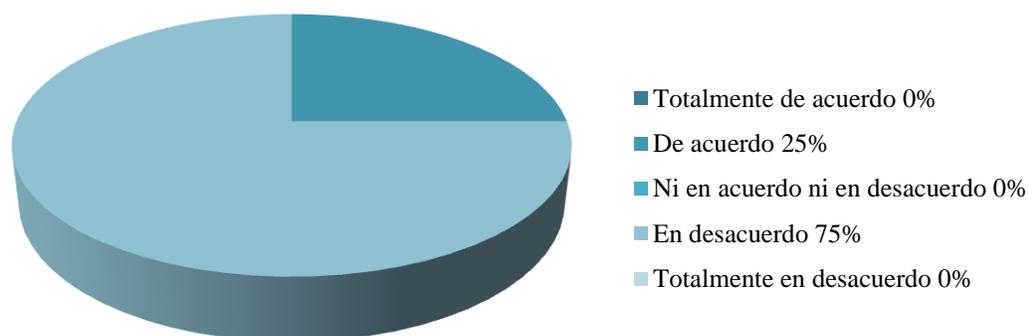
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	75%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Gráfico 5: Estrategias para el desarrollo de la empresa**

La minoría de la población encuestada está totalmente acuerdo que se plantean estrategias para el desarrollo de la empresa (25%), el otro (75%), expreso estar en desacuerdo que se plantean estrategias en la empresa. Las estrategias son importantes porque estas representan el avance de la empresa. "Una estrategia efectiva debe ser flexible y adaptable a los cambios en el entorno y en las necesidades de la organización."Michael Porter, "Estrategia competitiva"

Cuadro 7.**Organigrama empresarial**

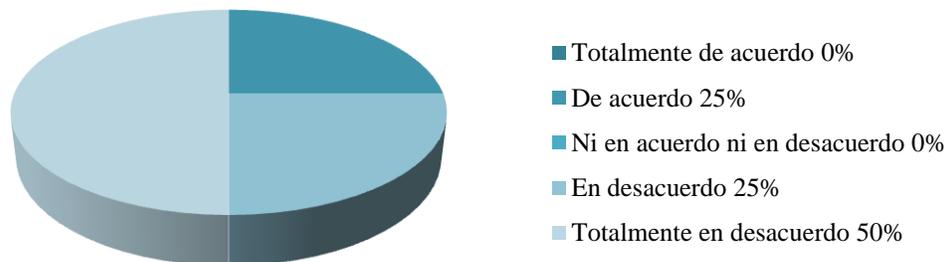
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	1	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	75%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Grafico 6: Organigrama empresarial**

25% de los empleados que participaron tienen conocimiento del organigrama empresarial, pero el otro 75% afirmó no conocerlo. Según Koontz y Weihrich (2011) "Un organigrama empresarial es una representación gráfica de la estructura formal de la organización, que muestra los puestos o cargos, las relaciones jerárquicas entre ellos, las líneas de autoridad y responsabilidad, y las áreas funcionales o departamentales de la empresa".

Cuadro 8.**Manual para la realización de actividades**

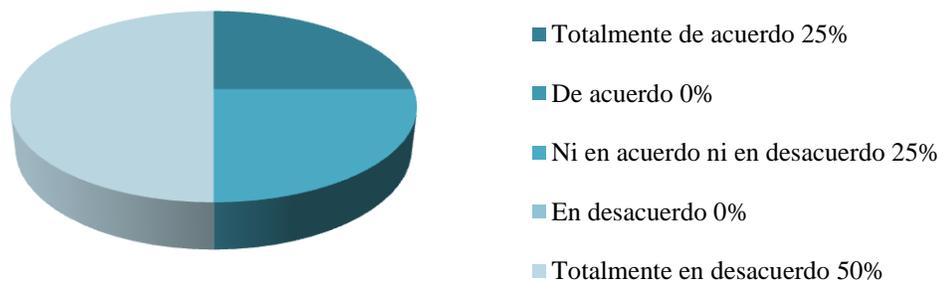
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	1	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	25%
Totalmente en desacuerdo	2	50%
Total	4	100%

**Gráfico 7: Manual para la realización de actividades**

En el cuadro 10 el 25% de los entrevistados, indicó que contaba con un manual para el procedimiento de sus funciones, mientras que otro 25% afirmó estar en desacuerdo y el 50% de los trabajadores expresaron en estar totalmente desacuerdo que había un manual para la realización de sus actividades en la empresa. Lo cual indica que no hay una guía para la correcta realización de sus actividades. "Un manual es un documento que contiene información detallada y sistemática sobre un tema específico. En el contexto empresarial, se utilizan manuales para explicar los procesos, procedimientos y políticas de la organización." Gary Dessler.

Cuadro 9.**Distribución adecuada de las responsabilidades entre los miembros del equipo**

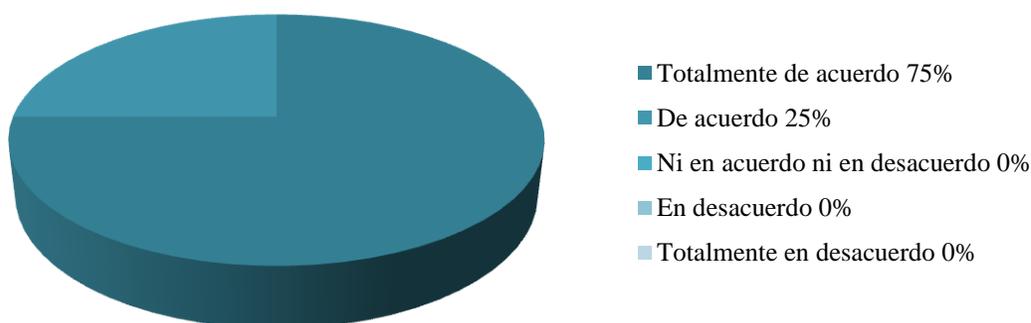
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	2	50%
Total	4	100%

**Grafico 8: Distribución adecuada de las responsabilidades entre los miembros del equipo**

En relación a los datos obtenidos, se pudo conocer que un veinticinco (25%) de los encuestados manifestaron que las responsabilidades en la empresa se distribuyen adecuadamente, el otro veinticinco (25%) afirmaron no estar en acuerdo ni en desacuerdo, y el cincuenta (50%) de los empleados están totalmente en desacuerdo en cómo están distribuidas las responsabilidades asignadas.

Cuadro 10.**Funciones de la empresa**

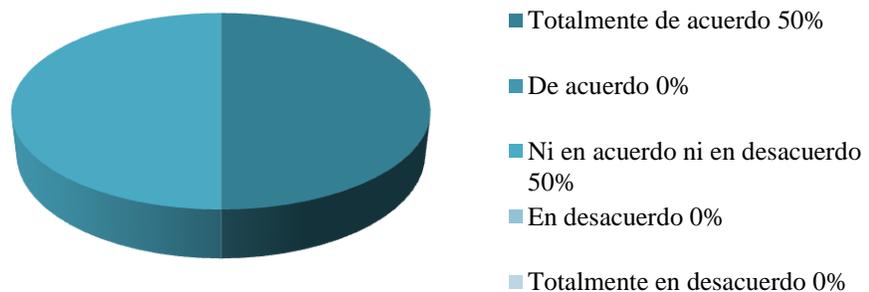
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	3	0%
De acuerdo	1	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	75%
Totalmente en desacuerdo	0	25%
Total	4	100%

**Gráfico 9: Funciones de la empresa**

En efecto y como se desprende del gráfico 8, setenta y cinco por ciento (75%) de los encuestados informó que las funciones están claras para los integrantes de la empresa, y el otro veinticinco por ciento (25%) afirmó estar de acuerdo con el conocimiento de sus funciones. "Las funciones de la empresa son las actividades que se llevan a cabo para lograr los objetivos organizacionales. Cada función es esencial para el éxito de la empresa y debe ser coordinada para lograr una operación efectiva y eficiente." - Stephen P. Robbins y Mary Coulter, "Administración"

Cuadro 11.**Actividades de capacitación**

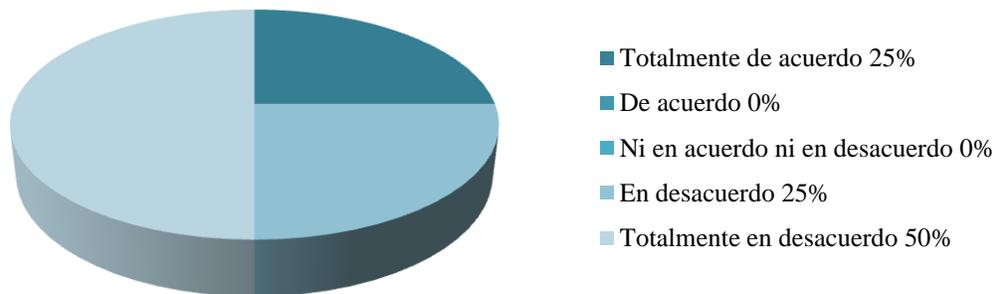
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	2	50%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	50%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Gráfico 10: Actividades de capacitación**

50% de las personas que participaron afirmaron estar totalmente de acuerdo en haber realizado actividades capacitadoras, mientras el otro 50% expresaron no estar en acuerdo ni en desacuerdo de haber realizado alguna actividad capacitadora. Chiavenato y Roberto Coda "Administración de Recursos Humanos" (8ª edición, 2014): "La capacitación es un proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual los individuos adquieren conocimientos, habilidades, actitudes y valores, en función de objetivos definidos".

Cuadro 12.**Normas preestablecidas por la empresa**

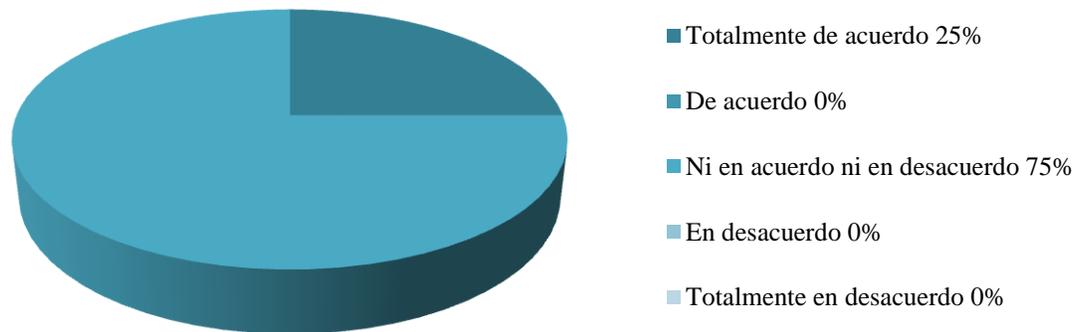
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	25%
Totalmente en desacuerdo	2	50%
Total	4	100%

**Grafico 11: Normas preestablecidas por la empresa**

25% de los empleados afirmaron estar totalmente de acuerdo de que las normas se encuentran visibles en la empresa, El otro 25% se encuentra en desacuerdo , el otro 50%, expreso estar en total desacuerdo de encontrar las normas visibles para todos en empresa. Las normas ayudan a establecer la cultura y los valores de la organización, así como a fomentar la responsabilidad y la rendición de cuentas de los miembros de la misma.

Cuadro 13.**Seguimiento de las normas**

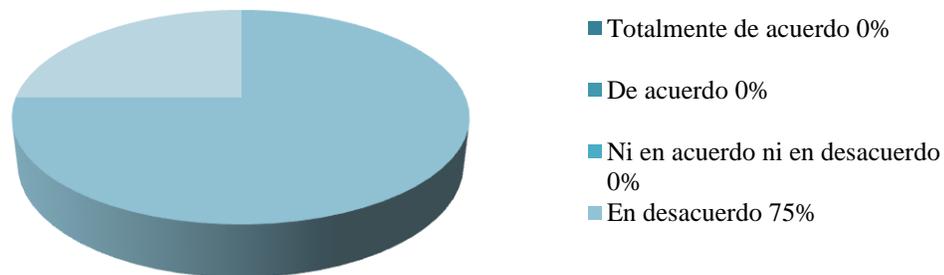
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3	75%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Gráfico 12: Seguimiento de las normas**

Según los resultados obtenidos 25% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que se hacen seguimiento de las normas en la empresa, El otro 75% no está en acuerdo ni en desacuerdo. Según los autores Koontz y Weihrich (2011) "Las normas son importantes porque proporcionan una base para el control y la coordinación de las actividades de la organización. Las normas también contribuyen a la eficiencia y efectividad de la organización, ya que permiten una mayor uniformidad y consistencia en la toma de decisiones y en la ejecución de las tareas".

Cuadro 14.**Motivación**

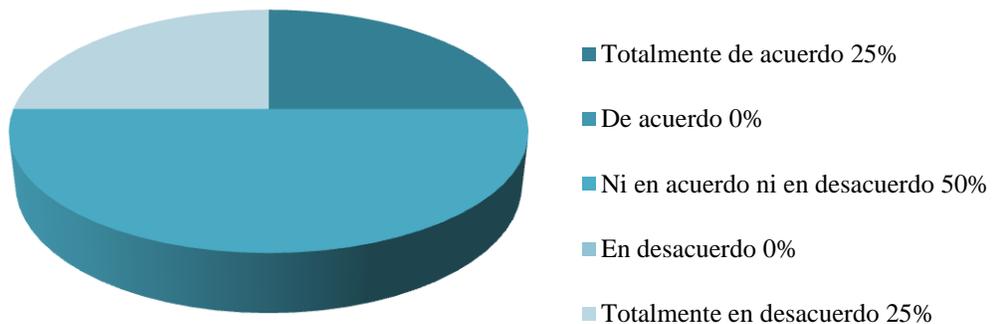
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	75%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Grafico 13: Motivación**

75% de los trabajadores a los que se encuestó se mostraron en desacuerdo cuando se les preguntó si la motivación de los integrantes era alta, mientras el otro 25% expresó estar en desacuerdo, haciendo que la empresa muestre un bajo rendimiento a la hora de llevar sus actividades a cabo. Los autores también mencionan que la motivación puede ser influenciada por factores internos y externos a los empleados, y que la empresa puede utilizar diferentes estrategias para fomentar la motivación, como el diseño de trabajos interesantes y desafiantes, la retroalimentación constructiva, la participación en decisiones y la oferta de recompensas y reconocimiento.

Cuadro 15.**Aportaciones y receptividad**

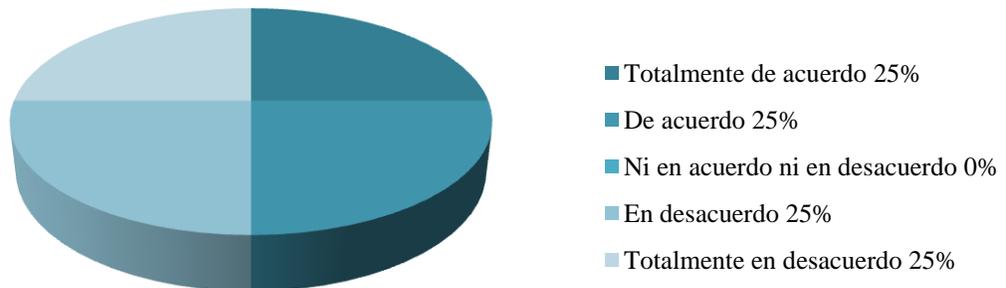
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	50%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Gráfico 14: Aportaciones y receptividad**

Los resultados presentados señalan que el 25% de los encuestados afirmaron que están totalmente de acuerdo de haber hecho aportaciones y haber tenido buena receptividad, mientras que el 50% responde no estar en acuerdo ni en desacuerdo, y un 25% afirmó estar totalmente en desacuerdo que se haya tenido receptividad a sus aportaciones. La receptividad con las aportaciones de los empleados es una parte fundamental de la organización porque los hace sentir escuchados y motivados.

Cuadro 16.**Sistemas de medición de desempeño**

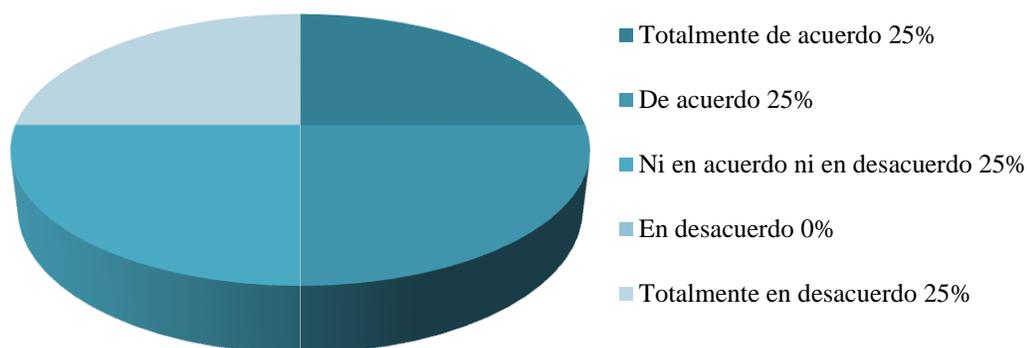
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	1	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	25%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Gráfico 15: Sistemas de medición de desempeño**

En este gráfico los resultados fueron variados, el 25% de los empleados afirmaron estaban totalmente de acuerdo que contaban con un sistema de medición de desempeño, 25% señalaron estar de acuerdo. Otro 25% expresó estar en desacuerdo que se le aplicara un sistema de medición de desempeño, y el otro 25% estuvo en total desacuerdo. Según Edwin B. Flippo y Dale Yoder en su libro "Administración de Personal y Recursos Humanos" (7ª edición, 1981): "La medición de desempeño es el proceso de evaluar el rendimiento de los empleados en relación con los estándares de desempeño establecidos para su puesto o función, permite a la organización e identificar fortalezas y debilidades en el desempeño de los empleados, y tomar medidas para mejorar la eficacia y eficiencia de la empresa".

Cuadro 17.**Supervisión en las actividades**

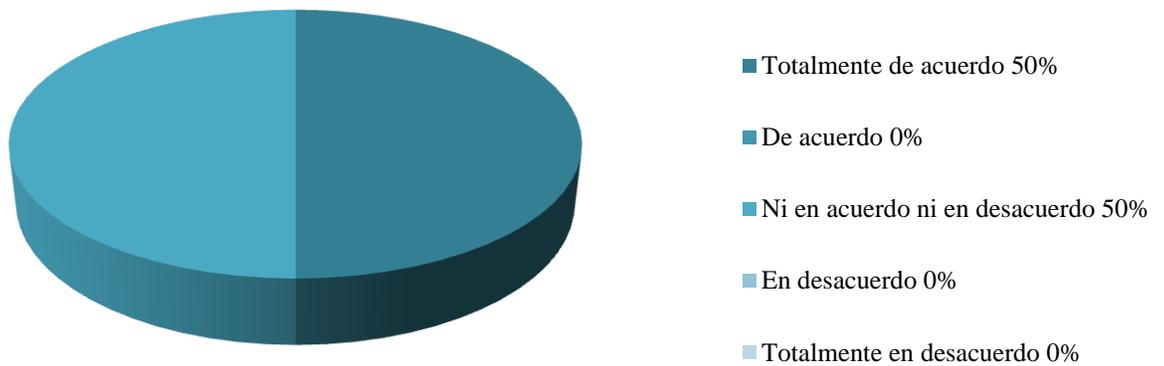
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	1	25%
De acuerdo	1	25%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	25%
En desacuerdo	0	75%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Gráfico 16: Supervisión**

En el gráfico 16 se destaca que el veinticinco por ciento (25%) seleccionó estar totalmente de acuerdo con que se le hacía supervisión en sus labores, veinticinco por ciento (25%) afirmó estar de acuerdo que se le hacía supervisión en sus actividades, veinticinco por ciento (25%) manifestó no estar de acuerdo ni desacuerdo y el otro veinticinco por ciento manifestó estar en total desacuerdo de no recibir supervisión en sus actividades.

Medidas correctivas

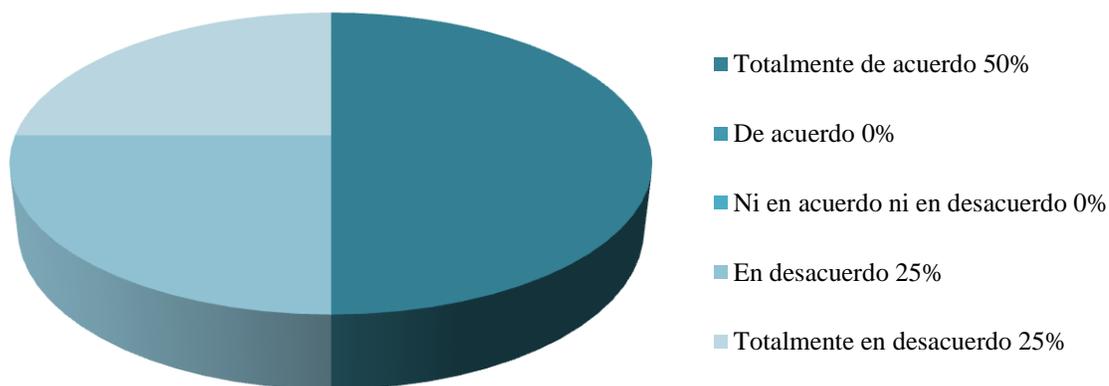
CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	2	50%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	50%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	4	100%

**Grafico 17: Medidas correctivas**

50% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de toman medidas correctivas cuando llegan a ocurrir desviaciones en los resultados esperados y el otro 50% no está en acuerdo ni en desacuerdo. Las medidas correctivas pueden ser preventivas o correctivas, y que pueden ser tomadas en diferentes niveles de la organización. Además, las medidas correctivas pueden incluir actividades como la reasignación de tareas, la revisión de procesos y procedimientos, la capacitación y el desarrollo de los empleados, y la comunicación efectiva con los miembros de la organización.

Cuadro 19.**Auto superación**

CATEGORIA	F	%
Totalmente de acuerdo	2	50%
De acuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	25%
Totalmente en desacuerdo	1	25%
Total	4	100%

**Grafico 18: Auto superación**

Los resultados presentados señalan que el 50% de los encuestados afirmaron que están totalmente de acuerdo de tener iniciativas de autosuperarse a nivel laboral, mientras que 25% de los trabajadores está en desacuerdo de tener iniciativas de superación, y el otro 25% afirmó estar totalmente en desacuerdo de tener iniciativas de auto superación. Esto

muestra una falta de motivación en los empleados lo que puede ser conflictivo para la empresa.

En el instrumento que se le aplico al gerente se llegaron a estos resultados:

Se dio a conocer que la empresa cuenta con una visión y una misión, no se realiza planificación operativa regularmente, Y se admitió que la empresa no cuenta con estrategias para su desarrollo. No se obtuvo una respuesta a la pregunta de “La empresa trabaja bajo planes ya estructurados.”

Según la dimensión de organización se pudo confirmar a través de la encuesta aplicada que la empresa si cuenta con un organigrama empresarial, se admitió que no se distribuían adecuadamente las funciones y actividades entre los empleados, sin embargo todos los integrantes están claros de sus funciones. Se obtuvo conocimiento que la empresa nunca ha implementado manuales para realizar sus actividades y por el momento no se han considerado llevar a cabo actividades capacitadoras

Se confirmó que si hay normas preestablecidas por la empresa, y todavía se tienen dudas si los trabajadores siguen las normas. Se dio a conocer que la motivación de los empleados es baja y según el gerente se han recibido las aportaciones de manera receptiva.

Según la dimensión de control se pudo confirmar que la empresa no contaba con ningún sistema de medición de desempeño en el momento. No se obtuvo una respuesta concisa al momento que se le pregunto al gerente si se le hacía seguimiento al desempeño de sus trabajadores ya que opto por la alternativa “Ni en acuerdo ni en desacuerdo.” Y se obtuvo conocimiento que si se les hacía supervisión a sus empleados. Se pudo notar que los empleados no toman medidas correctivas cuando surgen desviaciones y también se

conoció que el personal que laboraba dentro de la empresa no presentaba iniciativa para el progreso de sus labores.

En el área de marketing no se obtuvo respuesta si la empresa hacía investigaciones de mercado lo cual no ha permitido que se identifiquen los posibles competidores ni se ha llegado a sentir presionado con la competencia para desarrollar estrategias de marketing, y se pudo corroborar que la empresa no hacía campañas de publicidad en línea ni se daba uso de las redes sociales para promocionar sus servicios, Se informó que no se ha desarrollado una estrategia de marketing efectiva desde hace años. Pero se dio a entender que si se cuenta con una estrategia de precios competitiva.

Se dio a conocer que se habían hecho alanzas estratégicas para desarrollar innovaciones anteriormente en la empresa en 2 ocasiones en 2010. Y se admitió que si se han llegado a utilizar tecnologías innovadoras para la facilitación de los procesos, sin embargo todavía la empresa no ha considerado utilizar inteligencias artificiales para dar más facilidad al proceso

Se afirmó positivamente al preguntarle al gerente si había evaluado los costos que conllevaría financiar la reactivación de la empresa, y también se dio a conocer que se habían evaluado los riesgos financieros asociados a la reactivación sin embargo el gerente aseguro no estar en “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” al momento de preguntar si se contaba con un capital considerable para invertir en el área de marketing. También se dio a entender que no se contaba con el capital para volver a habilitar una oficina, sin embargo más adelante nos comentó que si contaba con el mobiliario.

Matriz FODA para evaluar las estrategias de fortalecimiento de los procesos administrativos y la reactivación

La matriz FODA es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar la situación actual de la empresa y su entorno, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta. La matriz FODA es importante porque ayuda a la empresa a desarrollar una estrategia adecuada que capitalice sus fortalezas y oportunidades, mientras que minimiza o elimina sus debilidades y amenazas".

Los autores también mencionan que la matriz FODA es una herramienta flexible y adaptable a diferentes situaciones y contextos, y que puede ser utilizada tanto por empresas grandes como pequeñas. La matriz FODA puede ayudar a la empresa a identificar nuevas oportunidades de mercado, a mejorar su desempeño y competitividad, y a tomar decisiones informadas y estratégicas. Una vez que se han identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la empresa puede utilizar esta información para desarrollar estrategias adecuadas. Por ejemplo, la empresa puede desarrollar estrategias para capitalizar sus fortalezas y oportunidades, mientras que minimiza o elimina sus debilidades y amenazas. También puede utilizar la matriz FODA para identificar nuevas oportunidades de mercado, mejorar la eficiencia y efectividad de sus operaciones y tomar decisiones informadas y estratégicas.

Según Ansoff en su libro "Estrategia corporativa" (1965) Las estrategias DO, FA, DA y FO son cuatro tipos de estrategias que se pueden desarrollar a partir del cruce de la matriz FODA. Cada una de estas estrategias se enfoca en una combinación específica de

fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y puede ayudar a una empresa a aprovechar sus ventajas o enfrentar sus desafíos.

Cuadro. 20 Matriz Foda

	<p>Fortalezas F</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cargo gerencial es ejecutado por el dueño de la empresa. 2. Buenas relaciones con las demás empresas inmobiliarias. 3. Experiencia en las transacciones y negociaciones inmobiliarias. 4. Amplio conocimiento del mercado inmobiliario. 5. Se cuenta con mobiliario de oficina 	<p>Debilidades D</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de comunicación entre los integrantes de la empresa 2. Ausencia de publicidad en las redes sociales. 3. Escases de recursos financieros para operar. 4. Ausencia de estrategias. 5. Ausencia del conocimiento de las normas por los empleados. 6. No se le lleva un seguimiento al progreso de los trabajadores.
<p>Oportunidades O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de mejorar las relaciones laborales 2. Posibilidad de ofrecer servicios de asesoría y consultoría a particulares interesados en el mercado inmobiliario. 3. Facilidad de realizar alianzas con otras empresas inmobiliarias 4. Facilidad de implementar nuevas tecnologías para la facilidad de los procesos 5. Posibilidad de mejorar las relaciones laborales con los empleados 	<p>Estrategias FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mejorar la relación Gerente-Empleados a través de la comunicación (F1, O5) <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar alianzas con otras inmobiliarias para aumentar el catálogo de inmuebles y atraer más clientes (F2, O2) 3. Ofrecer asesoría inmobiliaria a personas interesadas en el mercado inmobiliario (F3,O2) 	<p>Estrategias DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los errores cometidos en el ambiente laboral y mejorar la comunicación de la empresa (D1, O1) 2. Implementar Inteligencias artificiales para facilitar la creación de redes sociales y su creación de contenido (D2, O4) 3. Dialogar con los empleados para mejorar la relación y hacerles saber las normas en la empresa (D1, O5) 4. Realizar alianzas estrategias para aumentar los recursos financieros para operar (D3, O3)
<p>Amenazas A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis económica actual en el país 2. Fuerte competencia en el mercado inmobiliario en la ciudad de Barinas 3. Falta de capital 4. Falta de estabilidad en el mercado inmobiliario 5. Poca de motivación en los trabajadores 6. Falta de comunicación entre el gerente y los empleados. 	<p>Estrategias FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Unirse a la cámara inmobiliaria para poder competir con el mercado actual, Ampliar la cartera clientes e inmuebles y así mejorar los recursos financieros de la empresa adquiriendo un capital considerable (F2, F5, A2, A3, A4) 2. Mejorar la relación gerente clientes a través de actividades capacitadoras y charlas para aumentar la motivación (F1, A5, A6) 	<p>Estrategias DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Llevarle seguimiento al proceso de los trabajadores y realizar actividades capacitadoras para mejorar su motivación y su desempeño (D1, D6, A5, A6) 2. Desarrollar estrategias para aumentar los recursos financieros de la empresa (D3, D4, A3,) 2. Desarrollar estrategias en el área de marketing e implementar publicidad en las redes sociales para poder competir con el gran mercado inmobiliario (D2, D4, A2, A4)

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

A partir del análisis e interpretación de los resultados hechos en el Capítulo IV, se hizo posible dar cumplimiento al objetivo general de la investigación, al evaluar los procedimientos administrativos y estrategias que se llevan a cabo en la empresa del Estado Barinas. (A.M Inversiones Inmobiliarias.) En concordancia con los objetivos planteados en la investigación, por lo que se procede a emitirlas siguientes conclusiones:

En relación al objetivo específico No 1: se diagnosticó la situación actual del mercado inmobiliario en el estado Barinas municipio Barinas (2023.) Los resultados de este diagnóstico se puede decir, que el mercado inmobiliario está innovando y ha tenido un crecimiento significativo desde los últimos años de crisis económica. El mercado inmobiliario ha estado muy activo y aproximadamente 19 inmobiliarias están operativas en el estado Barinas y se cuenta con alrededor de 77 agentes inmobiliarios para llevar estas funciones a cabo.

Por otra parte, con respecto al objetivo específico No 2, Se identificaron los factores externos e internos que influyen en el mercado inmobiliario en el estado Barinas, municipio Barinas y en la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias”, el mercado inmobiliario en la

ciudad de Barinas, Venezuela, es influenciado por una variedad de factores internos y externos que pueden afectar la demanda, la oferta y los precios de las propiedades. Los compradores, vendedores e inversores en el mercado inmobiliario de Barinas deben tener en cuenta estos factores al tomar decisiones de inversión o de compra y venta de propiedades. El mercado inmobiliario en la ciudad de Barinas, Venezuela, es influenciado por una variedad de factores internos y externos que pueden afectar la demanda, la oferta y los precios de las propiedades. Los compradores, vendedores e inversores en el mercado inmobiliario de Barinas deben tener en cuenta estos factores al tomar decisiones de inversión o de compra y venta de propiedades.

En cuanto a factores externos se pudo conocer el precio de la vivienda ha bajado muchísimo dando oportunidad a que las personas tuvieran acceso a casas, y tras los casos de inmigración en el país, muchas personas que están por fuera han tenido la oportunidad de adquirir inmuebles e invertir en la ciudad de Barinas. Lo cual ha sido ventajoso para el mercado inmobiliario porque se ha convertido en un elemento para elevar el potencial de la economía en la ciudad de Barinas. Sin embargo en los factores internos de la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” se encuentra reflejado la falta de cumplimiento en sus procesos administrativos, la falta de estrategias, marketing y falta de capital. En los factores externos de la empresa podemos encontrar la situación económica actual y la competencia.

Para finalizar, se presenta las conclusiones en relación al objetivo No 3: Se diagnosticó la falta de estrategias en la empresa para la reactivación y fortalecimiento de la empresa "AM. Inversiones Inmobiliarias". Se puede decir que existe ausencia de preparación de planes y objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo. Se identificaron las debilidades y fortalezas de la empresa a través de la FODA, se diseñaron estrategias

específicas que abordan las debilidades identificadas y justificar la selección de esas estrategias, crear un plan de acción para implementar las estrategias y evaluar la efectividad de las estrategias implementadas. Se busca mejorar la capacidad de la empresa para lograr un crecimiento sostenible y rentable.

Recomendaciones

Después del exhaustivo estudio de las variables que intervienen en el problema planteado y a través del conocimiento que ha generado el proceso de investigación, se hacen las siguientes recomendaciones para mejorar el desempeño de las mismas. Sin embargo, hay que destacar que el diagnóstico evidencia que hay importantes oportunidades para la empresa de mejorar la eficiencia, incrementar las estrategias y mejorar los procesos administrativos para garantizar su optimización y estabilidad de crecimiento.

1. Identificar los factores que se deben fortalecer en los procesos administrativos y aplicar sistemas de medición de desempeño con el fin de detectar oportunidades de mejora y optimización. Asegurar de que la empresa está operando de manera eficiente y rentable.
2. Hacerle seguimiento a las actividades y los procesos administrativos de la empresa, que permita detectar y corregir errores o desviaciones en el desempeño de los mismos.
3. Incorpora el marketing digital en la estrategia de marketing, incluyendo la creación de páginas web, el uso de redes sociales para promocionar las propiedades y servicios. Y la implementación de inteligencias artificiales para la facilidad de las actividades.

4. Instrumentar una política de precios a través del uso de tasadores profesionales evitando el sobreprecio del mercado.
5. Realizar periódicamente investigaciones de mercado.

Capítulo VI

La Propuesta

Estrategias para la Reactivación y el Fortalecimiento de los Sistemas Administrativos de la empresa A.M Inversiones Inmobiliarias

Presentación de la propuesta

Las empresas inmobiliarias deben enfrentar diversos desafíos asociados a la gestión de sus sistemas administrativos, los cuales pueden impactar significativamente en su rentabilidad y éxito en un mercado altamente competitivo. En este sentido, la presente propuesta se enfoca en identificar y proponer estrategias eficaces para la reactivación y fortalecimiento de los sistemas administrativos.

La propuesta de estrategias contribuirá al conocimiento existente sobre la gestión eficiente de los sistemas administrativos en empresas inmobiliarias y propone recomendaciones prácticas para la reactivación y fortalecimiento de los sistemas administrativos de la empresa en estudio. Asimismo, los resultados de esta propuesta podrían ser útiles para otras empresas inmobiliarias que enfrentan desafíos similares y pueden proporcionar una base para futuras investigaciones en este campo.

Objetivos de La Propuesta

Objetivo General

Instrumentar un plan de acción para la Reactivación y el Fortalecimiento de los Procesos Administrativos de la Empresa A.M Inversiones Inmobiliarias.

Objetivos Generales

1. Establecer estrategias en cuanto al fortalecimiento de los procesos administrativos.
2. Establecer estrategias para la identificación de las fallas en los procesos administrativos y su solución.
3. Identificar las posibilidades de reactivación a través de estrategias económica financieras.
4. Incrementar estrategias en el área de marketing para darle facilidad a la reactivación de la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias.”

La planeación implica decidir que estrategias ayudaran a la empresa para alcanzar sus objetivos generales. Por lo que a continuación se presentan las estrategias para la reactivación y el fortalecimiento de los procesos administrativos de la empresa “A.M Inversiones inmobiliarias”

Estrategia para el fortalecimiento de los procesos administrativos.

La estrategia para el fortalecimiento de los procesos administrativos implica la identificación de los procesos críticos, el análisis detallado de los mismos, el diseño de procesos mejorados, la implementación de los procesos mejorados, el diagnostico de las fallas, el monitoreo y evaluación continuos, y la mejora continua de los procesos.

Establecer un proceso de mejora continua para los procesos administrativos, con el objetivo de mantenerlos actualizados y adaptados a los cambios en el entorno empresarial. Establecer un proceso de mejora para el desempeño de los trabajadores. Una vez identificadas las causas de las fallas, diseñar soluciones efectivas para abordarlas. Esto puede incluir la realización de capacitaciones, el establecimiento de objetivos claros, la implementación de incentivos, entre otros. Es importante adaptar la estrategia a la situación particular de la empresa y de los trabajadores para lograr una solución efectiva y eficiente.

Estrategias para la reactivación

La estrategia para la reactivación de una empresa inmobiliaria implica la identificación de oportunidades de mercado, la actualización de la cartera de inmuebles, la mejora de la experiencia del cliente, la implementación de tecnología, el desarrollo de alianzas estratégicas y la capacitación y entrenamiento de los empleados. Además, es importante desarrollar alianzas estratégicas con otras empresas inmobiliarias o empresas afines para ampliar su alcance y mejorar la oferta de servicios de la empresa.

Estrategias en el área de marketing

La estrategia de marketing para una empresa inmobiliaria incluye la identificación del público objetivo, el uso de las redes sociales, el marketing de contenido, la publicidad en línea y fuera de línea. Además, el uso de La inteligencia artificial se puede utilizar para analizar grandes cantidades de datos de clientes y del mercado inmobiliario, lo que puede ayudar a identificar patrones y tendencias en el comportamiento del cliente y en el mercado. La inteligencia artificial también puede ayudar a personalizar la experiencia del cliente, proporcionando recomendaciones de propiedades basadas en las preferencias y

necesidades de los clientes. La inteligencia artificial se puede utilizar para automatizar procesos de marketing, como la gestión de campañas publicitarias en línea, la optimización de motores de búsqueda y la segmentación de audiencias. La automatización de estos procesos puede ahorrar tiempo y recursos, y permitir una mayor eficiencia en el marketing. Es importante adaptar estas estrategias a la situación particular de la empresa para lograr una solución efectiva y eficiente.

Estrategias para la política de precios

Las políticas de precio son importantes en una inmobiliaria ya que estas ayudan a evitar el sobreprecio de la vivienda entre estas se encuentra establecer precios competitivos, utilizar el modelo de precios psicológicos, ofrecer financiamiento atractivo, Precios autorizados por un tasador profesional, comparaciones de mercado, considerar el costo de las reparaciones y renovaciones, y evaluar la demanda y la oferta en el mercado.

Plan de acción

Cuadro. 20 Plan de acción

Objetivo	Estrategia	Ubicación
Estrategias para el fortalecimiento de los procesos administrativos		
Capacitación y desarrollo de los empleados:	1. Identifique las habilidades y conocimientos 2. Desarrolle un plan de capacitación para satisfacer esas necesidades. 3. Asigne un responsable para el seguimiento y monitoreo del plan.	Empresa "A.M Inversiones inmobiliarias" Empresa "A.M

Comunicación Abierta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener dialogo permanente para el mejoramiento de la motivación y el desempeño 2. Asegurarse de que los empleados se sientan informados y escuchados. 3. Establecer mecanismos para recibir retroalimentación 	Inversiones inmobiliarias”
Desarrollar un plan de acción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifique las actividades necesarias para alcanzar cada objetivo. 2. Asigne un responsable para cada actividad 3. Identifique los recursos necesarios para cumplir con cada actividad, incluyendo presupuesto, personal, tecnología, y otros. 	Empresa “A.M Inversiones inmobiliarias”
Evaluación y mejora continua	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realice evaluaciones regulares de los sistemas administrativos y el desempeño de los empleados. 2. Utilice esta información para hacer ajustes y mejoras continuas. 3. Asegúrese de que el plan de acción se lleve a cabo. 	Empresa “A.M Inversiones inmobiliarias”

Estrategias para la Reactivación de la Empresa

Evaluación de la situación actual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una evaluación detallada de la situación actual de las finanzas, recursos humanos, cartera de clientes, y sistemas. 	Empresa “A.M Inversiones inmobiliarias”
--------------------------------------	---	---

Revisión de la cartera de propiedades:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar la cartera de propiedades de la empresa inmobiliaria y actualizarla. 2. Identificar propiedades que puedan ser vendidas o rentadas rápidamente para generar ingresos. 	Empresa "A.M Inversiones inmobiliarias"
Creación de alianzas estratégicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar otras empresas o entidades en el mercado inmobiliario que puedan asociarse. 2. Establecer una relación de colaboración con estas empresas para compartir recursos, conocimientos y oportunidades de negocio. 	Ciudad de Barinas
Ingreso a la cámara inmobiliaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar a la cámara inmobiliaria para realizar alianzas con otras inmobiliarias y poder expandir el catálogo de propiedades 	Cámara inmobiliaria
reapertura de oficina	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conseguir los medios para poder instalar nuevamente una oficina para la empresa 	Barinas, municipio Barinas

Estrategias en el Área de Marketing

Creación de perfiles en redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar perfiles en redes sociales de la empresa para poder publicitar los inmuebles 	Facebook, Instagram y twitter
Anuncios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pagar publicidad en anuncios en redes sociales para tener un mayor alcance 	Facebook, Instagram
Vallas publicitarias	<ol style="list-style-type: none"> 2. Implementación de vallas publicitarias en los inmuebles que se encuentren en la inmobiliaria 	Inmuebles de la empresa

Implementación de inteligencias artificiales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usar chatbots y asistentes virtuales basados en inteligencia artificial para interactuar con los clientes potenciales y responder a sus preguntas. 2. Utilizar “chat gpt” para la creación de enunciados acerca de los inmuebles 3. Utilizar “Repurpose 10” para la auto publicación automática en redes sociales 4. Usar “I Rtr” para la generación del diseño de los post. 	Empresa “A.M Inversiones inmobiliarias”
--	--	---

Estrategias en la política de precios

Precios autorizados por un tasador	2. Los precios deben ser autorizados por un tasador profesional para evitar el sobreprecio	Barinas, municipio Barinas
Planes de financiamiento.	Ofrecer planes de financiamiento en ciertos inmuebles de 6 a 12 meses	Inmuebles de la empresa
Modelo de precios psicológicos	Ofertar inmuebles como promociones o rebajas	Inmuebles de la empresa

Administración de la propuesta:

La administración de la propuesta se llevó a cabo bajo las funciones de los procesos administrativos, y tuvo como objetivo analizar, identificar y planificar. El análisis comprende los resultados obtenidos del instrumento aplicado al personal y al gerente de la empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” Así como también se utilizó la foda para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la misma. Con base en los resultados obtenidos, se presentó la propuesta de estrategias para mejorar los procesos

administrativos de la inmobiliaria, tales como la implementación de inteligencias artificiales para la gestión y el seguimiento de los procesos, la capacitación del personal, la optimización de los flujos de trabajo y la mejora de la comunicación, y estrategias para mejorar la política de precios.

Se sugiere llevarle un seguimiento a las actividades para llevar un control de ellas y detectar factores por los que no se están alcanzando las metas y estas se pueden hacer tomando las siguientes medidas. Analizar por mes las ventas reales y compararlas con las esperadas, la eficacia de la realización de actividades, y ampliar la cartera de clientes. El plan de marketing debe permanecer constantemente siendo adaptado a nuevas tecnologías para permanecer activo con una ventaja competitiva a largo plazo.

Referencias

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*.
- Ansoff I. (1965) *Estrategia corporativa*
- Bambrick, P. (2016) Lecciones de liderazgo escolar.
- Balestrini, M. (2006). Como se Elabora el Proyecto de Investigación. (4ª. ed.). Caracas. BL Consultores Asociados.
- Bavaresco, A. (2006). El Proceso Metodológico de la Investigación. (5ta Edición.)
- Chiavennato I (2004) Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito.
- Chiavenato, I. (2004). Introducción a la teoría general de la administración. México D.F.
- Chiavenato y Roberto Coda Administración de Recursos Humanos (8ª edición, 2014)
- Dessler G. (2004) Administración de personal (8ª edición)
- Edwin B. Flippo . Dale Yoder (1981). Administración de Personal y Recursos Humanos (7ª edición,)
- Flippo, E. B., & Yoder, D. (1981). Administración de Personal y Recursos Humanos (7ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. (4ª. ed.). México: Mc. Graw Hill.
- Koontz, H., Weihrich, H. (2001). Formulación de la estrategia de desarrollo profesional en Administración una perspectiva global. Editorial Mc. Graw Hill.
- Martinez F (2003). Redes de comunicación en la enseñanza: las nuevas perspectivas del trabajo corporativo.

- Rojas-Suárez, (2014). Investigación cualitativa fundamentos y praxis
- Robbins, Stephen p. y Coulter, Mary. (2018) Administración
- Porter, M. (1980). Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: CECSA.
- Revista Economist (2022, julio) “How high property prices can damage the economy”
recuperado de: <https://www.economist.com/finance-and-economics.com>
- Pag. MordorIntelligence (2022, diciembre) RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET IN LATIN AMERICA SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS & FORECASTS (2023 - 2028) <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-population-health-management-industry>
- CONAPRI, (2005); Facchin, 2008; Asamblea Nacional, 2009.
- El Diario De Los Llanos (2022) “La única opción viable en estos momentos es el arrendamiento.”

Anexos

Anexo A

Instrumentos de recolección de información al Gerente

N°	ITEMES	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Planeación						
1	La empresa cuenta con una visión	X				
2	La empresa cuenta con una misión	X				
3	La empresa realiza planificación operativa regularmente				X	
4	La empresa funciona de acuerdo a planes ya estructurados			X		
5	Se plantean estrategias para el desarrollo de la empresa				X	
Organización						
6	Se cuenta con un organigrama empresarial		X			
7	Se distribuyen adecuadamente las funciones y actividades entre los miembros del equipo				X	
8	Considera usted que las funciones son claras para todos los integrantes de la		X			

	empresa					
9	Se cuenta con manual para la realización de las actividades llevadas a cabo en la empresa					X
10	En la empresa han considerado hacer actividades de capacitación			X		
Dirección						
11	Hay unas normas preestablecidas por la empresa	X				
12	Se siguen esas normas preestablecidas por la empresa			X		
13	Considera usted que la motivación de los integrantes de la empresa es alta				X	
14	Se han hecho aportaciones y se han recibido de manera receptiva	X				
Control						
15	Se cuenta con un sistema de medición del desempeño					X
16	Se le hace seguimiento al desempeño de los trabajadores			X		
17	En las actividades se cuenta con supervisión para su cumplimiento		X			
18	El personal de la empresa toma medidas				X	

	correctivas oportunas cuando se presentan desviaciones en los resultados esperados					
19	El personal que labora dentro de la empresa presenta iniciativa para la progreso del mismo				X	
Marketing						
20	La empresa realiza investigaciones de mercado regularmente			X		
21	Se realizan campañas de publicidad en línea				X	
22	Se utilizan las redes sociales para promocionar sus servicios				X	
23	Se ha desarrollado una estrategia de marketing efectiva	X				
24	Se ha desarrollado una estrategia de precios competitiva		X			
Innovación						
25	Se ha identificado sus posibles competidores					X
26	Se ha sentido presionado por la competencia para desarrollar una estrategia de innovación en el mercado			X		

27	Se han realizado alianzas estratégicas para desarrollar innovaciones		X			
28	Se han utilizado tecnologías innovadoras para facilitar los procesos		X			
29	Se ha considerado usar inteligencias artificiales para innovar y dar facilidad					X
Gestión financiera						
30	Se han evaluado costos de financiamiento para la reactivación de la empresa	X				
31	Se han evaluado los riesgos financieros asociados a la reactivación	X				
32	Se cuenta con un capital considerable para invertir en el área de marketing			X		
33	Se cuenta con un capital considerable para volver a habilitar una oficina				X	

Anexo B

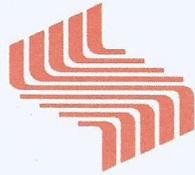
Instrumentos de recolección de información a los empleados

Nº	ITEMES	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Planeación						
1	¿Cuenta la empresa con una visión?					
2	¿Cuenta la empresa con una misión?					
3	¿La empresa realiza planificación operativa regularmente?					
4	¿La empresa funciona de acuerdo a planes ya estructurados?					
5	¿Se plantean estrategias para el desarrollo de la empresa?					
Organización						
6	¿Se cuenta con un organigrama empresarial?					
7	¿Se cuenta con manual para la realización de las actividades llevadas a cabo en la empresa?					
8	¿Se distribuyen adecuadamente las responsabilidades y actividades entre los miembros del equipo?					
Dirección						
9	¿Hay unas normas preestablecidas por la empresa?					
10	¿Se siguen esas normas preestablecidas por la empresa?					
11	¿En las actividades se cuenta con supervisión para su cumplimiento?					

12	¿En la empresa han considerado hacer actividades de capacitación?					
13	¿Considera usted que las funciones son claras para todos los integrantes de la empresa?					
14	¿Considera usted que la motivación de los integrantes de la empresa es alta?					
Control						
15	¿Se cuenta con un sistema de medición del desempeño?					
16	¿Se le hace seguimiento al desempeño de los trabajadores?					
17	¿En las actividades se cuenta con supervisión para su cumplimiento?					
18	¿El personal de la empresa toma medidas correctivas oportunas cuando se presentan desviaciones en los resultados esperados?					

Anexo C 1

Cartas de validación



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACION

Carta de Validación

Yo, Pedro Luis Puerta Romero titular de la Cedula de Identidad N° 8.131.846, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado “Estrategias Para la Reactivación y El Fortalecimiento De los Procesos Administrativos De la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” presentado por los Bachilleres: Leticia Meza Uzcatogui, titular de la cédula de la Identidad N° 28.388.314; Manuel Alberto Ríos Tovar, titular de la cédula de la Identidad N° 28.295.615, para optar al Título de Licenciado en Administración, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 20 días del mes de Junio del 2023

Firma

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized representation of the name 'Pedro Luis Puerta Romero', written over the word 'Firma'.

Anexo C 2

Nombre y Apellido: Pedro Puerta Romero
 C.I. N° 8131846 Profesión: Economista Agrícola
 Fecha de la Validación: 20-06-23

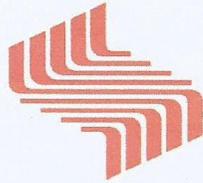
N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	ACEPTAR	MODIFICAR	ELIMINAR
1	/								
2	/								
3	/								
4	/								
5	/								
6	/								
7	/								
8	/								
9	/								
10	/								
11	/								
12	/								
n									

Observaciones: _____



Firma

Anexo C 3



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL

DE LOS LLANOS OCCIDENTALES

“EZEQUIEL ZAMORA”

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACION

Carta de Validación

Yo, Jose Luis Gomez Montilla titular de la Cedula de Identidad N° 12.837.692, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado “Estrategias Para la Reactivación y El Fortalecimiento De los Procesos Administrativos De la Empresa “A.M Inversiones Inmobiliarias” presentado por los Bachilleres: Leticia Meza Uzcategui, titular de la cédula de la Identidad N° 28.388.314; Manuel Alberto Ríos Tovar, titular de la cédula de la Identidad N° 28.295.615, para optar al Título de Licenciado en Administración, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 11 días del mes de Junio del 2023

Firma


12837692
0414598562

Anexo C 4

Nombre y Apellido: Jose Luis Gomez M
 C.I. N° 12837692 Profesión: _____
 Fecha de la Validación: _____

N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	ACEPTAR	MODIFICAR	ELIMINAR
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
n									

Observaciones: Instrumento para ser aplicado a los Empleados

Firma

[Handwritten Signature]
12837692
04141598562

Anexo C 5



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"

VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONOMICAS

SUBPROGRAMA ADMINISTRACION

Carta de Validación

Yo, José Vegas titular de la Cedula de Identidad N° 12.839.271, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Aplicación titulado "Estrategias Para la Reactivación y El Fortalecimiento De los Procesos Administrativos De la Empresa "A.M Inversiones Inmobiliarias" presentado por los Bachilleres: Leticia Meza Uzcategui, titular de la cédula de la Identidad N° 28.388.314; Manuel Alberto Ríos Tovar, titular de la cédula de la Identidad N° 28.295.615, para optar al Título de Licenciado en Administración, el cual apruebo en calidad de validador.

En Barinas a los 11 días del mes de Junio del 2023

A handwritten signature in black ink, followed by the ID number 12839271 written below it.

Ac
Ve i

Anexo C 6

Hoja de Validación.

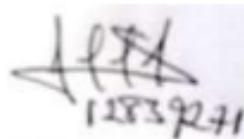
Nombre y Apellido: José Vegas

C.I. N° 12839271.

Fecha de la Validación: 12/06/23

N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	ACEPTAR	MODIFICAR	ELIMINAR
1	X		X		X		X		
2	X		X		X		X		
3	X		X		X		X		
4	X		X		X		X		
5	X		X		X		X		
6	X		X		X		X		
7	X		X		X		X		
8	X		X		X		X		
9	X		X		X		X		
10	X		X		X		X		
11	X		X		X		X		
12	X		X		X		X		
13	x		X		X		X		
14	X		X		X		X		
15	X		X		X		X		
16	X		X		X		X		
17	X		X		X		X		
18	X		X		X		X		
19	X		X		X		X		
20	X		X		X		X		

Observaciones: Instrumento para ser aplicado al personal (Gerente)



Activar V
Ve a Config

Anexo C 7

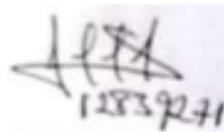
Hoja de Validación.

Nombre y Apellido: José Vegas

C.I. N° 12839271.

Fecha de la Validación: 12/06/23

N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	ACEPTAR	MODIFICAR	ELIMINAR
1	X		X		X		X		
2	X		X		X		X		
3	X		X		X		X		
4	X		X		X		X		
5	X		X		X		X		
6	X		X		X		X		
7	X		X		X		X		
8	X		X		X		X		
9	X		X		X		X		
10	X		X		X		X		
11	X		X		X		X		
12	X		X		X		X		
13	x		X		X		X		
14	X		X		X		X		
15	X		X		X		X		
16	X		X		X		X		
17	X		X		X		X		
18	X		X		X		X		
19	X		X		X		X		
20	X		X		X		X		

Observaciones: **Instrumento para ser aplicado al personal (EMPLEADOS)**


Handwritten signature and ID number: 12839271

Ac
Ve i

