



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y COMERCIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN MARKETING**

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO

**TEMA: PERTINENCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL
ENTORNO ORGANIZACIONAL O DE EMPRENDIMIENTO**

**Autores: SALAZAR ALVARADO JENIFER MABEL - MEDINA CASTRO
VÍCTOR HUGO**

Acompañante: BENITES ASTUDILLO JAVIER ANTONIO

**MILAGRO, SEPTIEMBRE 2017
ECUADOR**

DERECHOS DE AUTOR


Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Nosotros, **Salazar Alvarado Jenifer Mabel - Medina Castro Víctor Hugo** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi (nuestro) Título de Grado, como aporte a la Temática "**Pertinencia de Gestión Empresarial en el Entorno Organizacional o de Emprendimiento**" del grupo de **Investigación Gestión Empresarial y Marketing – Temáticas** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 27 días del mes de septiembre del 2017



Firma del Estudiante (a)
Nombre: Salazar Alvarado Jenifer Mabel
CI: 0928365261

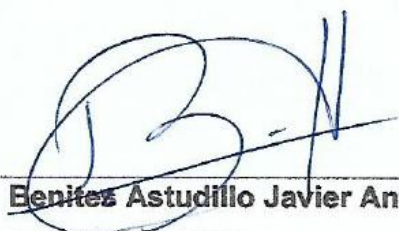


Firma del Estudiante (a)
Nombre: Medina Castro Víctor Hugo
CI: 1206355842

APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA

Yo, **Benites Astudillo Javier Antonio** en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por el/la/los estudiantes **Salazar Alvarado Jenifer Mabel - Medina Castro Víctor Hugo**; cuyo tema es: "Pertinencia de Gestión Empresarial en el Entorno Organizacional o de Emprendimiento", que aporta a la línea de Investigación **Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria**; previo a la obtención del Grado de Ingeniería en Marketing ; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 27 días del mes de septiembre de 2017.



Benites Astudillo Javier Antonio

ACOMPANANTE

CC. 0918089848

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Comité Anteaño Javier Antonio; Anteaño Arcantales Evelyn
Del Cisne; Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ingeniería en Marketing presentado por el (la) señor (a/ita) Solano Alvarado Jennifer Mabel

Con el título:

Pertenencia de Gestión Empresarial en el Entorno Organizacional

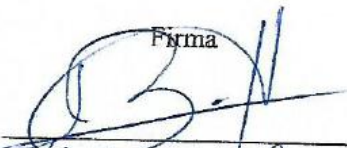
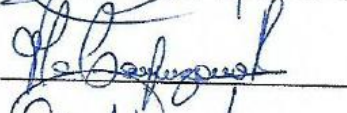
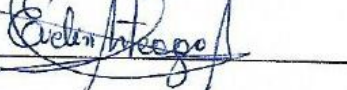
Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[86.69]
DEFENSA ORAL	[4.67]
TOTAL	[91.33]
EQUIVALENTE	[45.67]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 27 de 09 del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>JAVIER BENÍFEZ</u>	
Vocal 1	<u>María Campuzano</u>	
Vocal 2	<u>Evelyn Anteaño</u>	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:
Benitez Astudillo donuen Antonio ; Arteaga Acosta Euelin Del
Cisne ; Campuzano Rodriguez Maria Auxiliadora

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de Ing. en Marketing presentado por el (la) señor (a/ita) Medina Castro Victor Hugo

Con el título:

Pertenencia de Gestión Empresarial en el Entorno Organizacional

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[8.66]
DEFENSA ORAL	[4.67]
TOTAL	[9.33]
EQUIVALENTE	[5.67]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 27 de 09 del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>JAVIER BENITEZ</u>	<u>[Firma]</u>
Vocal 1	<u>Maria Campuzano</u>	<u>[Firma]</u>
Vocal 2	<u>Euelin Arteaga</u>	<u>[Firma]</u>

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo se centra en la relevancia de la gestión empresarial en el entorno organizacional y empresarial, tres aspectos que se dirigen a llevar a cabo las empresas, en este caso este estudio se centra en las organizaciones agroindustriales y agrícolas, que necesitan un buen Dirección estratégica en cada uno de sus procesos de recepción, revisión, selección, tratamiento para proyectar el producto a una alta calidad. Un factor importante dentro de este estudio es el entorno organizacional que está relacionado con los hechos históricos que han cultivado una empresa, nación o región y que han llevado al monitoreo y la aplicación de las mismas herramientas administrativas sin lograr cambios en las Organizaciones. Complementando con el entorno empresarial, una estrategia que es un beneficio en el desarrollo interno de las empresas agroindustriales y agrícolas es el emprendimiento, ya que es posible generar combinaciones únicas de recursos existentes para lograr resultados excepcionales. El espíritu empresarial hace que las cosas sucedan con excelentes resultados. Actualmente se genera un consenso alrededor de la idea de que las características que definen a un emprendedor no son rígidas sino un conjunto dinámico de habilidades adquiridas que le permiten adaptarse a los ambientes preexistentes, modificarlos y aprovechar las ventajas circunstanciales que surgen, con el fin de generar riqueza para sí mismos o para el crecimiento de una organización.

Palabras clave: Gestión empresarial Medio ambiente Agroindustria Emprendimiento.

ABSTRACT

The development of the present work focuses on the importance of business management in the organizational and business environment, three aspects that are directed to carry out the companies, in this case this study focuses on agribusiness and agricultural organizations, which need a Good strategic direction in each of its processes of reception, review, selection, treatment to project the product to a high quality. An important factor in this study is the organizational environment that is related to the historical facts that have been cultivated by a company, nation or region and that have led to the monitoring and application of the same administrative tools without achieving changes in the Organizations. By implementing with the business environment, a strategy that is a benefit in the internal development of agroindustrial and agricultural enterprises is emprendimiento, since it is possible to generate unique cénmbinaciones of existing resources to achieve exceptional results. Entrepreneurship makes successes happen with excellent results. There is now a consensus around the idea that the characteristics that define an entrepreneurship are not rigid but a dynamic set of acquired skills that allow it to adapt to the preexisting environments, modify them and take advantage of the circumstantial advantages that arise, in order to Generate wealth for themselves or for the growth of an organization.

Keywords: Business management Environment Agroindustry Entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

En la gestión empresarial moderna, se consideró previsible la relación entre la organización y el entorno, ya que los factores influyentes mantuvieron cierta estabilidad, lo que permitió a las organizaciones gestionar los objetivos con mayor facilidad, facilitando así la gestión de los emblemas. Sin embargo, en el mundo contemporáneo, el medio ambiente es un tema bastante complejo debido a los diversos factores que interactúan y afectan a la organización debido a su gran dinamismo, por lo que se ha convertido en un aspecto incierto para las organizaciones, generando un impacto y desestabilizando las organizaciones, Exigiendo que tengan una visión dinámica de la competitividad en el caos y las complejidades. (Chávez Hernández, 2012)

Es decir, el entorno organizacional se ha convertido en uno de los más importantes, ya que afecta directamente su desarrollo. Por lo tanto, es necesario establecer y analizar los diferentes factores y fuerzas que surgen fuera de sus fronteras, a las que están necesariamente sujetos, ya que afectan a su comportamiento. (Mora Pisco, Duran Vasco, & Zambrano Loor, 2016)

El recurso más valioso que las empresas tienen son las personas, ya que contribuyen a los objetivos declarados se cumplen y a menudo contribuyen al crecimiento de la organización, actuando como líderes y generando nuevas ideas para su desarrollo. Los sistemas de gestión son la posibilidad de que las empresas adopten un compromiso social; Por esta razón, la organización Forética creó el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, para que las empresas puedan comprometerse a través de procesos de su propia cultura y, lo que es más importante, a través de políticas autónomas para la mejora del entorno organizacional. (García Solarte & Duque Ceballos, 2012)

Algunas herramientas adicionales para mejorar el medio ambiente son los elementos diferenciadores cuando se trata de mercado, y no sólo presentes en las grandes organizaciones, pero las pequeñas empresas tienen la capacidad de utilizar diversas herramientas para generar productos competitivos, de alta calidad y ecológica, para adaptarse a la Nuevo entorno organizativo del siglo XXI, e inducir el concepto de emprendimiento como tal. Comprometerse a crear y promover mecanismos óptimos

y escenarios para el florecimiento de la innovación, la creatividad y la flexibilidad en cualquier entorno; Y que a través de éstos, generar riqueza. (González Díaz, 2012)

Desafortunadamente, en nuestro país, el emprendimiento sólo se enmarca en el contexto de la creación de empresas. El empresario es concebido como empresario; Alguien que ha identificado una oportunidad de negocio y tiene como objetivo beneficiarse de ella. (Dominguez Martínez, 2012)

Aunque esta idea motiva a los empresarios a mover la economía a través de la creación de empresas; Creo firmemente que el Emprendimiento es mayor que la creación de empresas y que no sólo se aplica a los negocios, sino que define rasgos de comportamiento en las personas. Mientras los empresarios continúen ampliando los límites de la acción y aportando al cotidiano las experiencias de la empresa, hará posible un desarrollo social que permita organizar aspectos de la vida que parecen estar sujetos al azar como relaciones amorosas. No se trata de controlar todo, sino de comprender la causalidad de las situaciones y anticiparlas, de una manera eficiente pero sobre todo proactiva. (Vergara Arrieta & Carbal Herrera, 2014)

La importancia de la gestión empresarial es esencial para el desarrollo empresarial, especialmente en los sectores agroindustrial y agrícola. Puesto que ambas organizaciones gestionan productos que requieren cierto tiempo de tratamiento para ser vendidos en el mercado, pero para ello es necesario contar con una adecuada gestión empresarial basada en la planificación, gestión y control, que es la importancia de esta carrera en la gestión empresarial, Donde los profesionales, con su conocimiento puedan manejar eficientemente la dirección de estas organizaciones, a favor del progreso de ellas como de aquellas que se conforman. (Ojeda López & Mul Encalada, 2015)

MARCO TEÓRICO

Hoy en día, las empresas deben afrontar su futuro anticipando las oportunidades de negocio, colocando sus metas en línea con sus capacidades y tratando de asegurar que su pasado no es una carga para ellos. Para ello es fundamental que la empresa conozca su entorno y sepa adaptarse a él. Es posible decir que se ha configurado una nueva filosofía en la dirección de negocio, en la que ya no se busca maximizar el rendimiento, sino que se pretende optimizar el potencial de rendimiento, es decir, tanto el rendimiento presente como el futuro. Al decidir enfrentarse al cambio, la empresa comienza una búsqueda activa y creativa de oportunidades, en un intento de superar a sus competidores, premiando los comportamientos creativos y la iniciativa de sus miembros. La conducción en un entorno globalizado se ha convertido en uno de los retos de la gestión actual. (Ospina Zapata & Puche Nieves, 2014)

En este contexto de gran complejidad, se puede decir que todas las variables interactúan y la empresa necesita más que nunca anticipar las condiciones del entorno y armonizar su funcionamiento interno para anticipar y dar una respuesta sólida a los cambios que puede ocurrir. Debe aprovechar las oportunidades de mercado en cualquier dirección, no sólo en el mercado donde coloca sus productos o servicios, sino también en las condiciones más favorables en la captura de sus recursos. La excelente empresa es, en este entorno globalizado de cambio y competencia, la que logra anticipar el futuro, y no sólo aquella que sigue a un comportamiento adaptativo. (Fernandez, 2012)

Las organizaciones empresariales están presentes en un mercado altamente competitivo, acogiendo una serie de herramientas que les permiten desarrollar prácticas administrativas en línea con las exigencias de un mundo globalizado y competitivo. La gestión, entendida como el proceso de planificación, dirección y evaluación de las acciones que llevan a las organizaciones a cumplir los principios de su dirección estratégica, necesita ser fortalecida por una serie de estudios que permitan a las empresas transferir conocimiento a través de indicadores de productividad mejorados. (Hernández Palma, 2012)

El entorno de trabajo de las organizaciones se centra constantemente en el cambio y la incertidumbre a medida que el entorno evoluciona dinámicamente, por lo que la

gestión es un proceso que busca contribuir a la evolución productiva de las empresas. (Dextre Flores & Del Pozo Rivas, 2012)

La gestión como creadora potencial de nuevos productos y servicios con formas de administración moderna, son los aspectos demandados por el sector productivo; Por lo tanto, se trata de investigar nuevas herramientas administrativas y su forma de aplicación con relevancia en el sector real. (Diéz Martín & Cruz Suarez, 2014)

La identificación y concienciación sobre la importancia de la gestión empresarial será la base que marcará la diferencia para el desarrollo de pequeñas, medianas y grandes empresas según el sector que se proponga estudiar en base a las condiciones y necesidades actuales del país. (Rodeiro Pazos, 2012)

Las empresas no son entidades aisladas, existen en un entorno que les afecta y al que responden. Está formada por la ubicación física, la competencia, la comunidad local o regional, la facilidad para adquirir los recursos, en definitiva, por todo el conjunto de elementos que rodean a la organización. La organización depende de su entorno para alcanzar sus recursos, que por lo general son escasos, por lo que tendrá que competir para conseguirlos. (Taipe Yáñez, 2015)

El entorno externo es el sistema de nivel superior en el que se inserta la empresa, y está formado por aquellos factores, fuerzas o variables que influyen, directa o indirectamente, en los procesos de gestión. El análisis del entorno externo es esencial para conocer el origen de las oportunidades y amenazas con las que se ubica la empresa. La capacidad de la administración para analizar y predecir cómo las fuerzas ambientales van a afectar a la empresa es fundamental para el desarrollo de una estrategia empresarial adecuada. (García Zamora, 2012)

El medio ambiente representa el medio externo de la empresa y puede definirse de acuerdo con el tercer diccionario internacional de Webster como:

A) Condiciones ambientales o fuerzas que influyen o modifican

B) Conjunto de condiciones sociales y culturales, tales como costumbres, leyes, idioma, religión, organización política y económica, que influyen en la vida de un individuo o comunidad (organización). (Ruiz de Alba Robledo, 2013)

Por lo tanto, el ambiente puede ser definido como todo lo que es ajeno a la empresa como una organización (H. Mintzberg, 1984). Sin embargo, a menudo hay dificultades para determinar con certeza o precisión en qué Límites genuinos de la empresa con respecto a lo que se conoce como el medio externo.

El entorno así definido es algo extraordinariamente amplio, que desde un punto de vista operativo sería casi imposible de analizar debido a su generalidad general. Por esta razón, se puede acordar que el medio ambiente se refiere a todos los factores externos a la empresa que tienen una influencia significativa en la estrategia de negocio y no pueden ser controlados por la empresa. (Blázquez Manzano, 2013)

Debemos tener en cuenta que para ser competentes en el mercado debemos conocer nuestro entorno, que es un importante factor de contingencia para una empresa, porque el medio ambiente es el único factor de contingencia externo a la estructura y externo al sistema organizacional en su conjunto. (Castro Figueroa & otros, 2013)

Se entiende que el medio ambiente incluye todos los factores, instituciones o magnitudes, que sin pertenecer a la organización, influyen en su comportamiento, valor y resultados. (Aguilar Saldarriaga, 2013)

El medio ambiente se constituye a diferentes niveles, ya que es el entorno general en el que debemos tener en cuenta todas aquellas instituciones y magnitudes que ejercen influencia sobre grandes grupos de organizaciones que operan en la misma área geográfica. Pero también está constituido por el entorno específico en el que se aceptan todas las circunstancias externas que influyen en determinados grupos de entidades con características muy similares, es decir, que básicamente llevan a cabo la misma actividad. (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013)

Porque si las empresas toman en cuenta tanto el entorno general como el entorno específico, las empresas podrán lograr grandes resultados y superar o ser grandes competidores para los adversarios de su sector. Por lo tanto, el medio ambiente es importante porque vemos que es un factor que nos puede proporcionar mucha información del sector en el que compite la empresa. (Hidalgo Proaño, 2014)

Se informará sobre la variabilidad en la medida en que los factores ambientales siguen siendo idénticos o varían con el tiempo y permite contrarrestar ambientes

estables y dinámicos en función del grado de incertidumbre asociado con la ocurrencia o no de ciertos eventos. La variabilidad dependerá de la frecuencia de los cambios en magnitudes. Y afectar a toda la estructura de la empresa. (Rodríguez Moreno, 2014)

Nos dará información sobre el número de elementos o factores a tener en cuenta para el análisis adecuado del medio ambiente y nos permitirá contrarrestar entornos simples y complejos, dependiendo de la cantidad y heterogeneidad de información necesaria para que los gestores tomen buenas decisiones en la organización. La complejidad influye en la organización a través de la compresibilidad de la obra. (Rodríguez Moreno, Diana Cristina, 2016)

Y finalmente, expondrá las amenazas percibidas por la organización que pueden influir en el logro de sus objetivos y pueden provenir de aspectos tan diversos como las relaciones con los poderes públicos, la competencia, los sindicatos o los proveedores de recursos necesarios para desarrollar la actividad. (Rueda Sampedro & Herrero Crespo, 2013)

Tenemos que tener en cuenta, como de años atrás las empresas actúan teniendo en cuenta este factor tan importante como el medio ambiente. Y para actuar en el mercado, es importante que el departamento de recursos humanos sepa elegir personal competente para actuar en contra de la competencia, y saber transmitir la idea de saber cómo adoptar las acciones correspondientes para tener el mayor éxito en el mercado, que realiza prácticas de alto rendimiento. Por lo tanto, vemos una relación con los recursos humanos y PAR con éxito. Además de la relación con la estructura y las estrategias de negocio que la empresa debe tomar para poder competir en el mercado.

La capacidad que las empresas desarrollan para poder adaptarse a los cambios constantes causados por un entorno global y por las tendencias sociales y tecnológicas es una condición de gran importancia para mantener y aumentar su competitividad en el tiempo. Para ello, estas entidades requieren más que nunca potenciar las capacidades y competencias de los socios que las integran y alinear su cultura organizacional con el logro de sus objetivos claves. Por ello, es pertinente identificar las características culturales que permitan generar las condiciones que

contribuyan a mejorar el establecimiento, crecimiento y consolidación de las organizaciones. (Ahumada Méndez, 2013)

La empresa de alto impacto se distingue por su modelo de negocio con ventajas sostenibles y escalables, generando empleos de calidad que crecen de manera rentable, rápida y sostenida. Disponer de un equipo multidisciplinario para promover la comunidad, proponer soluciones simples y efectivas, optimizar el uso de la tecnología disponible, tener un enfoque global, ser económicamente rentable y ambientalmente sostenible, tener la capacidad de crecer, Para promover el impacto social y; crear valor para sus clientes. Además, una empresa de alto impacto tiene un potencial realizable de crecimiento gracias a una ventaja competitiva, que puede ser tecnológica o no.

Los emprendimientos de alto impacto, a diferencia de los llamados proyectos de supervivencia o autoempleo, que son comunes en las organizaciones, operan bajo una lógica de acumulación generando ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del propietario, que son reinvertidos en el Desarrollo.

Estas características indudablemente exigen una cultura organizacional que permita el enfoque a largo plazo y genere condiciones favorables para lograr las ventajas de este tipo de empresa. El resultado del espíritu empresarial es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. El emprendimiento de alto impacto, también llamado emprendimiento transformacional, se distingue principalmente por buscar no sólo una rentabilidad económica, sino también lograr un verdadero impacto social, asegurando una contribución positiva al medio ambiente. Tiene un modelo de negocio con ventajas sostenibles y escalables, generando empleos de calidad, que crecen de forma rentable, rápida y sostenida.

DESARROLLO

La gestión empresarial es fundamental para la dinámica de una economía de mercado; Esta gestión se refiere a la capacidad de un individuo, el emprendedor, de observar escenarios dentro de la economía que garanticen una rentabilidad razonable para generar en los mismos bienes y servicios. Esto significa que el empresario tiene el papel de contabilizar las oportunidades económicas y de esta visión para movilizar el capital hacia ellas.

Como vemos, es la gestión empresarial la que asegura que la oferta cubre la demanda en diferentes actividades productivas, generando también procedimientos que hacen que los costos caigan continuamente y beneficien al consumidor. Gracias a esta actividad, el capital siempre está orientado a producir lo que la sociedad demanda para la satisfacción de ciertas necesidades, circunstancia que justifica la eficiencia del mercado en términos de asignación de recursos.

Quizás el aspecto más relevante a considerar sea el aumento constante de la productividad llevado a cabo por la actividad empresarial. Desde su punto de vista, la gestión empresarial se destaca especialmente por buscar innovaciones que giran en nuevas y mejores maneras de producir, innovaciones que generan una ruptura con respecto al pasado. Algunos ejemplos de innovaciones movilizadas por la dirección que dejaron de lado toda una manera de hacer las cosas son la prensa, la máquina de vapor o el motor de combustión. De hecho, han cambiado significativamente nuestra vida entera.

Debido a los cambios tecnológicos que han surgido en las últimas décadas, las empresas presentan nuevas necesidades para intercambiar fuentes de información y tecnologías que les permitan ser estables en el mundo globalizado y la capacidad de tomar decisiones asertivas que se reflejan en el éxito de la organización. Al principio, el concepto de gestión no se conocía como tal, sino que ya estaba presente en el funcionamiento de las organizaciones, llevando a cabo el proceso que distingue a la ingeniería en la gestión empresarial. Por otro lado sabemos que la economía se rige por el principio de escasez y por lo tanto la importancia de que cada organización

debe tener la capacidad de gestionar adecuadamente sus recursos con el fin de beneficiarse de los demás que ofrecen los mismos productos o servicios.

Debido a los cambios tecnológicos que han surgido en las últimas décadas, las empresas presentan nuevas necesidades para intercambiar fuentes de información y tecnologías que les permitan ser estables en el mundo globalizado y la capacidad de tomar decisiones asertivas que se reflejan en el éxito de la organización. Al principio, el concepto de gestión no se conocía como tal, sino que ya estaba presente en la forma en que las organizaciones trabajan porque llevaron a cabo el proceso que distingue a la ingeniería en la gestión empresarial. Por otro lado sabemos que la economía se rige por el principio de escasez y por lo tanto la importancia de que cada organización debe tener la capacidad de gestionar adecuadamente sus recursos con el fin de beneficiarse de los demás que ofrecen los mismos productos o servicios.

Organización. En esta etapa, todos los recursos que cuenta la empresa se agrupan para que cada uno de ellos trabaje en conjunto y se logre la optimización de los mismos para aumentar la posibilidad de obtener excelentes resultados.

Dirección. Aquí es donde la comunicación juega un papel fundamental por parte de los gerentes con los demás empleados, y con ello se logra un buen ambiente de trabajo, con buenas prácticas y logrando un aumento en la eficiencia y productividad del trabajo planeado.

Controlar. Como paso final, el control es el que cumple el concepto de gestión porque cuantifica el progreso del trabajo realizado por los empleados, en base a los objetivos que se determinaron desde el inicio del proceso de gestión.

El proceso de gestión de las empresas ganaderas puede describirse a partir de una serie de etapas. Comienzan con una tarea de observación y recolección de datos (a través de encuestas, gráficos, etc.) de los resultados físicos y económicos correspondientes a un período de producción a corto plazo, generalmente coincidiendo con un año o un año fiscal. Se realiza un análisis de la información que permite establecer un diagnóstico que se utiliza para el establecimiento de objetivos para el próximo período productivo y la programación correspondiente.

Una vez que el proceso de planificación se ha completado, se implementa a través de la toma de decisiones. La toma de decisiones es un proceso continuo en la empresa y está sujeto a control y rectificación, como es el caso del consumo de insumos. Una vez completada la ejecución de la planificación propuesta, se obtienen los resultados técnicos, económicos y empresariales y se inicia de nuevo el ciclo para el siguiente año productivo.

Actualmente las empresas son importantes en la economía de las ciudades, sobre todo de las pequeñas; por ello, el estado a través de sus planificaciones brinda el apoyo, así el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 expone en sus objetivos, políticas y lineamientos estratégicos, lo siguiente:

Objetivo No. 8.- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Toma como base las siguientes políticas y lineamientos estratégicos:

8.2. Consolidar el papel del Estado como dinamizador de la producción y regulador del mercado.

a) Establecer requisitos de desempeño a los incentivos, como la contratación plurianual que promueva la inversión privada orientada a la sustitución de importaciones, los encadenamientos productivos locales, la generación de trabajo nacional, la desagregación y transferencia tecnológica y la reinversión de utilidades.

e) Identificar, controlar y sancionar las prácticas de abuso de poder de mercado.

g) Regular y controlar los precios relativos de la economía: precios de sustentación para el productor, precios al consumidor, etc.

Los nuevos preceptos del buen vivir deja claro la importancia de conocer la situación de las empresas en especial de las agroindustriales y agropecuarias para evitar el estancamiento de sus actividades de mayor nivel dañen su economía y pongan en peligro su participación de mercado. Es ahí donde el profesional en marketing debe accionar para ofertar las mejores estrategias que las haga competitivas y así mantener una sostenibilidad dentro del nicho al que pertenecen.

CONCLUSIONES

En cuanto a las características y atributos asociados a los empresarios de alto impacto analizados, fue posible identificar que en la mayoría de los casos las empresas surgieron por el deseo personal del empresario de tener su propio negocio y que se han mantenido gracias a la pasión que depositan En su empresa. Para ello, el establecimiento de una visión personal y el énfasis en transmitir a los colaboradores la pasión por el crecimiento del emprendimiento han sido determinantes para la creación y evolución de las organizaciones, destacando la importancia que para los empresarios ha tenido la actitud, Tolerancia por el fracaso y el liderazgo. Una condición clave identificada para la consolidación y crecimiento de estas empresas es el autocontrol, ya que muchas comenzaron con financiamiento personal. Sin embargo, para aumentar la alineación hacia el emprendimiento de alto impacto, es necesario que los emprendedores muestren mayor resiliencia y aprovechen su experiencia y formación profesional a favor de la consolidación de sus empresas, ya que estos atributos han sido reconocidos por varios Autores como condiciones clave favorecer el espíritu empresarial de alto impacto.

Se han creado pequeñas y medianas empresas en los diferentes sectores productivos para responder y resolver los problemas económicos de las naciones en desarrollo; Sin embargo, su crecimiento y gestión empresarial han sido muy limitados debido a la falta de conocimiento y aplicación de herramientas técnicas por parte de sus gestores, influyendo en la gestión empresarial y reduciendo las oportunidades que ofrece el sector industrial de cada país. Como cualquier empresa, se ve afectada negativamente por los cambios constantes que influyen en su entorno; y en su desarrollo, forzándolos a hacer alianzas estratégicas con otras empresas e incluso poniendo en riesgo sus activos para obtener recursos que les permitan seguir vigentes en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Saldarriaga, A. F. (2013). *Entorno y proceso administrativo de Nicole S,A*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5031503.pdf>
- Ahumada Méndez, L. S. (2013). *Las Competencias Aplicadas al Emprendimiento Applied Entrepreneurship Skills*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4714359.pdf>
- Blázquez Manzano, A. (2013). *La información y comunicacion, claves para la gestión del conocimiento empresarial*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4714324.pdf>
- Castro Figueroa, A. M., & otros. (2013). *Vida y muerte empresarial. Estudios empíricos de perdurabilidad: el grupo Nutresa*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983191.pdf>
- Chávez Hernández, N. (2012). *La gestión por competencias y ejercicio del coaching empresarial, dos estrategias internas para la organización*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200007
- Dextre Flores, J. C., & Del Pozo Rivas, R. S. (2012). *¿Control de gestión o gestión de control?* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5038267.pdf>
- Diéz Martín, F., & Cruz Suarez, A. P. (2014). *Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la Legitimidad de las empresas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4639690.pdf>
- Dominguez Martínez, J. (2012). *Lecciones de maestría en gestión empresarial de Adrian Wooldridge*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5582665.pdf>

- Fernandez, N. L. (2012). *La comunicación y la negociación como herramientas estratégicas en la gestión de las relaciones públicas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4117049.pdf>
- García Solarte, M., & Duque Ceballos, J. L. (2012). *Gestión humana y responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4236057.pdf>
- García Zamora, E. (2012). *Los factores organizacionales y del entorno como moderadores de la relación entre innovación y desempeño empresarial*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26809>
- González Díaz, J. E. (2012). *La gestión empresarial de las micro pequeñas y medianas empresas del subsector Metalmeccánico de Cartagena*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109367.pdf>
- Hernández Palma, H. G. (2012). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3875234.pdf>
- Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). *El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776922.pdf>
- Hidalgo Proaño, L. F. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5599803.pdf>
- Mora Pisco, L. L., Duran Vasco, M. E., & Zambrano Loor, J. G. (2016). *Consideraciones actuales sobre gestión empresarial*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5802891.pdf>
- Ojeda López, R. N., & Mul Encalada, J. (2015). *La gestión ambiental y su relación con la competitividad*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5181427.pdf>
- Ospina Zapata, M., & Puche Nieves, M. A. (2014). *Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4760745.pdf>

- Rodeiro Pazos, D. -C.-F. (2012). *La gestión empresarial como factor clave de desarrollo de las spin-offs universitarias. Análisis organizativo y financiero*. Obtenido de biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/.../gestion-empresarial.../55059154.html
- Rodríguez Moreno, D. C. (2014). *Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4949993.pdf>
- Rodríguez Moreno, D. C. (2016). *Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5850542.pdf>
- Rueda Sampedro, I. F., & Herrero Crespo, Á. (2013). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4459810.pdf>
- Ruiz de Alba Robledo, J. L. (2013). *El compromiso organizacional; un valor personal y empresarial en el marketing*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5089649.pdf>
- Taípe Yáñez, J. F. (2015). *Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5833494.pdf>
- Vergara Arrieta, J. J., & Carbal Herrera, A. E. (2014). *Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5104957.pdf>